

ONDES DE CHOC

HISTOIRES DE COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT SOCIAL

UN RAPPORT DE LA FONDATION ROCKEFELLER

PAR ALFONSO GUMUCIO DAGRON

PRÉFACE de DENISE GRAY-FELDER



ONDES DE CHOC

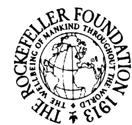
HISTOIRES DE COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE CHANGEMENT SOCIAL



UN RAPPORT DE LA FONDATION ROCKEFELLER

PAR ALFONSO GUMUCIO DAGRON

PRÉFACE DE DENISE GRAY-FELDER



Publié en 2001 par The Rockefeller Foundation, 420 Fifth Avenue, New York, NY 10018-2702, États-Unis d'Amérique

Traduction : Sybille Gumucio
Maquette : Landesberg Design Associates, Pittsburgh, PA, USA
Couverture : Cathie Bleck, Cleveland Heights, OH, USA
Impression : Geyer Printing, Pittsburgh, PA, USA

Gumucio Dagron, Alfonso

Ondes de choc : histoires de communication participative pour le changement social / Alfonso Gumucio Dagron.

p. cm.

Inclut des références bibliographiques

ISBN 0-89184-059-1

1. Changement social — Études interculturelles. 2. Communication — Études interculturelles. 3. Radio — Aspects sociaux — Études de cas. 4. Théâtre — Aspects sociaux — Études de cas. 5. Films de télévision — Aspects sociaux — Études de cas. 6. Internet — Aspects sociaux — Études de cas. I. Titre.

303.4833 G974 2000

TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE

DE DENISE A. GRAY-FELDER

Capturer sur papier l'essence de la participation communautaire constitue par définition un défi illusoire. Quand je repense à tous ces travaux que j'ai suivis, accompagnés ou directement supervisés au cours de ma longue carrière dans la communication, j'en conclus que les travaux de nature participative les plus intéressants défient souvent la parole écrite. Ainsi, lorsque des auteurs ou des orateurs quelque peu talentueux tentent d'expliquer ce que ce travail peut avoir de si extraordinaire, et comment il peut améliorer l'existence, leurs mots tombent à plat.

C'est pourquoi, quand j'eus l'idée de faire la Fondation Rockefeller recenser quelques-unes des expériences les plus innovatives en matière de communication participative à travers le monde, une personne s'est tout naturellement imposée à moi pour écrire cette étude : Alfonso Gumucio Dagron. Nous recherchions quelqu'un capable d'illustrer son propos par un langage poétique et imagé, sans pour autant sacrifier à l'objectivité du journaliste. Nous recherchions quelqu'un capable de dépeindre avec des mots de manière éclatante des images qui permettraient au lecteur de ressentir cette émotion qui étreint la plupart d'entre nous quand nous visitons ces projets. Nous recherchions quelqu'un capable de synthétiser sans pour autant survoler. Et nous recherchions aussi un auteur capable de se dévouer avec déraison à ce projet, sans pour autant contrevenir au délai et au budget fixés !

Alfonso a comblé toutes ces attentes et même plus. Ce qui suit, c'est un fascinant catalogue de cinquante expériences qui permirent à des résidents de communautés pauvres de par le monde de prendre le contrôle de leur histoire, et de commencer à changer les circonstances de leur pauvreté, de leur discrimination, de leur exclusion. Il a passé presque un an à rechercher et interroger des sources pour ce travail, et s'est impliqué dans chacune des phases de la conception. La « voix d'Alfonso » résonne dans toute cette œuvre qui est un hommage à ce qui fait de lui le communicateur par excellence : il a l'âme du poète et du réalisateur de talent qu'il est, combinée à un sens inébranlable de la justice et de l'équité.

Après le chapitre introductif sur le rôle que joue la communication participative dans le changement social et son évolution, vous pourrez lire cinquante exemples qui illustrent le pouvoir que donnent l'action et la prise de décision communautaires. La plupart d'entre eux relatent de radios communautaires. Nous espérons que vous ne trouverez pas cela fastidieux, mais nos recherches et conversations nous ont conduits à conclure que la radio communautaire représente l'un des meilleurs moyens d'atteindre les communautés exclues ou marginalisées, et ce de manière ciblée et utile.

Ce parti pris pour la radio suggère également que dans la participation communautaire, ce qui importe le plus, c'est la voix. Je reconnais que ce terme a été utilisé trop souvent dans le contexte de la démocratie et du développement. Quand je le prends à mon compte, il s'agit du processus d'écoute des vies et des conditions des pauvres et des exclus, avec des mots et des termes qu'eux-mêmes utilisent. La radio, par essence, nous donne la capacité d' « entendre » du contenu, du contexte, de la passion et de la douleur.

La vidéo nous offre certes la possibilité de voir et d'entendre ces voix et elle permet à nos émotions d'être atteintes comme jamais elles le furent avant son invention. Pourtant la vidéo documentaire reste chère, son apprentissage est souvent approximatif, l'équipement se détériore sans qu'il soit toujours possible de le remettre en état, ni de le remplacer. C'est pourquoi, la vidéo reste aujourd'hui hors d'atteinte pour la plupart des villages pauvres.

Ce projet, ainsi que les autres travaux subventionnés dans le cadre du programme de la Fondation Rockefeller « Communication pour le changement social », nous ont fourni des preuves écrasantes du soutien grandissant apporté par les agences d'aide et de développement aux projets qui reviennent aux formes traditionnelles de communication : théâtre populaire, danse, musique, marionnettes, percussions, contes et cercles de discussion. Nous en sommes venus à apprécier le vrai pouvoir de la communication directe, face-à-face, de vive voix. Chaque leçon ou croyance significative que j'ai accumulée dans la vie m'est venue de quelqu'un qui m'a expliqué et impliquée dans le processus de *recherche d'une solution*. Du plus banal (apprendre à me brosser les dents sans me mouiller la chemise), au plus extraordinaire (comment allaiter mon premier enfant), j'ai toujours eu besoin d'une approche qui mélange le dialogue et la pratique.

J'aime à penser que ce document n'est qu'un instrument de communication parmi d'autres que la Fondation peut contribuer à créer pour aider les praticiens et les activistes communautaires de par le monde. À chaque cas inclus dans ce volume correspondent au moins cinq exemples complémentaires. Nous n'avons fait qu'effleurer la surface, particulièrement pour ce qui est des succès de la tradition orale sur le continent africain. Nous n'avons pas essayé de mener une étude équilibrée du monde, mais plutôt de sélectionner des cas qui, nous l'espérons, pourront nous aider à être de meilleurs communicateurs.

Lorsque vous lirez ces histoires, je vous encourage vivement à vous concentrer sur les vies qui se cachent derrière. Alors que je lisais ce livre, j'étais très souvent touchée par la prose de certains passages : « La jeune institutrice du village ne possédait rien d'autre que son sourire désarmant » ; ou « Une enfant de quatre ans a enseigné à ses parents, ses aînés, la plus simple des leçons de la vie : la joie est la première rébellion contre les oppresseurs […] un défi à toute autorité qui affirmerait que la vie est faite de souffrances ».

Nous saluons les gens qui vivent ces vies. Ils provoquent de vraies « ondes de choc », en allant contre les normes culturelles, en se soulevant contre les forces qui les maintiennent soumis, en radiodiffusant des histoires auparavant inaccessibles à la plupart d'entre nous.

Denise A. Gray-Felder
Fondation Rockefeller
New York, NY
Janvier 2001

INTRODUCTION

Le Département de la communication de la Fondation Rockefeller, dirigé par Denise Gray-Felder à New York, a encouragé dès avril 1997 une série de réunions entre spécialistes de la communication en vue de réfléchir sur le thème de la communication pour le changement social à l'aube du nouveau millénaire.

Ces réunions, qui se tinrent à Bellagio (Italie), au Cap (Afrique du Sud) et à New York (États-Unis) aidèrent à définir les questions, plutôt que les modèles à suivre, et elles permirent l'élaboration d'une déclaration de principes qui fut largement diffusée en anglais, en espagnol et en français, et sur de nombreux sites Web.

Les discussions qui se tinrent durant les réunions et au cours d'échanges par courrier électronique amenèrent le groupe à reconnaître que l'on peut trouver dans de nombreux pays en développement des processus exemplaires de communication au sein d'expériences communautaires de nature variée. Il s'avéra nécessaire d'entreprendre une recherche détaillée qui permettrait de mettre en lumière certains aspects des expériences de communication participative pour le changement social. C'est ainsi qu'est né ce livre.

LA FACE CACHÉE

Ce rapport rassemble une cinquantaine d'« histoires de cas »[1], brèves descriptions d'expériences de communication pour le changement social, sélectionnées pour leur approche participative. Certaines furent directement observées, l'information sur les autres fut obtenue par courrier électronique, fax, téléphone et Internet.

L'Amérique latine domine par la quantité et la qualité des expériences de communication participative, et la radio constitue le média le plus important pour le développement et les changements sociaux. Cependant, les critères initiaux de sélection avaient pour objectif d'obtenir une représentation équilibrée entre les régions d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine, ainsi qu'entre les moyens de communication et les outils qui occupent une place centrale dans ces expériences : entre autres la radio, la vidéo, le théâtre et Internet. D'autre part, les critères de sélection avaient été conçus pour identifier les expériences avec une forte composante d'« appropriation » par la communauté.

La plupart des critères servirent de guide pendant la période de recherche. Toutefois, au moment d'établir une sélection finale, il s'avéra très difficile de s'en tenir au critère d'« appropriation » communautaire. La réalité révéla d'autres angles d'approche. Par exemple, certaines expériences avaient pour objectif final l'« appropriation » communautaire, mais elles n'avaient pas encore atteint ce niveau de développement au moment de la recherche. D'autres nous parurent suffisamment importantes du point de vue des changements sociaux engendrés, bien qu'elles ne remplissent pas strictement la condition d' « appropriation » par la communauté.

Nous aboutîmes à un recueil d'« histoires de cas » important précisément pour sa variété et sa pertinence culturelle propre à chaque communauté. Les exemples sélectionnés montrent l'extraordinaire faculté que possède la communication participative d'adopter différentes formes selon les nécessités. Il n'est dès lors pas possible d'imposer un modèle unique face à la richesse des perspectives et des interactions culturelles. Ceci équivaut aussi à affirmer qu'aucune des expériences sélectionnées n'est parfaite, et qu'aucune n'a pleinement « réussi ». La dynamique des luttes sociales et du développement social s'inscrit dans un processus, et les composantes de communication qui accompagnent celui-ci sont sujettes aux mêmes influences positives et négatives. Certaines des expériences choisies n'existent plus mais elles furent très importantes en leur temps pour la communauté. D'autres sont trop jeunes encore pour pouvoir tirer des conclusions quant à leur avenir. Sans oublier que toutes durent faire face à des obstacles dès leur naissance, et malgré de nombreux échecs, elles constituent des exemples intéressants pour l'analyse.

CRITÈRES DE SÉLECTION INITIAUX

Sans manquer de reconnaître l'importance qu'ont eu dès les années soixante les stratégies de diffusion de l'information et le marketing social, l'effort fut cependant mis sur la sélection d'expériences qui permettraient de faire progresser le concept de communication pour le changement social.

Nous estimâmes important de garder une certaine souplesse par rapport aux critères initiaux et de reconnaître l'importance de projets plus larges de constitution de réseaux régionaux de communication, qui, même s'ils n'étaient pas eux-mêmes enracinés dans les communautés, contribuaient cependant à soutenir des efforts qui, eux, l'étaient.

Un des principaux objectifs fut l'inclusion d'expériences pleinement ancrées dans la communauté, et non pas des projets institutionnels dont l'existence dépendait des contributions des donateurs. Il était important que la communauté fût elle-même en charge de l'initiative quand bien même elle ne l'eût pas générée. L'initiative devait faire partie de la vie quotidienne de la communauté. C'est pour cela que nous nous intéressâmes aux expériences développées depuis au moins une année.

Idéalement, la communauté devrait s'« approprier » le projet. L'exemple le plus éloquent dans cette sélection montre une communauté qui contrôle tous les aspects de l'initiative de communication : financiers, administratifs, techniques, de formation, etc. Diverses expériences inclues dans le rapport visent un objectif similaire mais elles sont encore dans la phase de consolidation.

Un autre critère de sélection important fut la prise en compte des initiatives qui contribuent à affermir les valeurs démocratiques, culturelles et pacifiques, renforçant ainsi les organisations communautaires et permettant à la majorité de faire entendre sa voix. L'identité culturelle devait constituer un aspect central de ces expériences de communication, les communautés étant ainsi en condition pour assimiler les nouveaux outils de la technologie de l'information, sans pour autant mettre en péril leurs valeurs ou leur langue.

L'investigation s'orienta aussi vers la recherche d'expériences novatrices dans leur façon de s'allier avec des organisations non-gouvernementales (ONG) locales, avec des organismes de coopération et avec d'autres institutions, ainsi que d'expériences visant le développement de réseaux horizontaux et la mise en commun des connaissances.

Nous ne voulions pas nous concentrer seulement sur les expériences les plus réussies, mais aussi tenir compte de celles qui, malgré leurs échecs, permettaient de tirer des leçons importantes. De même certaines expériences furent inclues qui, certes, n'étaient plus au faîte de leur réussite, mais offraient cependant, avec leurs dix ou quinze ans d'intense développement, plus d'informations utiles que d'autres expériences récentes, elles, « réussies » car encore protégées par l'assistance technique et le financement extérieur.

Dans la préparation du rapport et la sélection finale des expériences, l'objectif d'atteindre une représentation équilibrée fut toujours présent. Toutes les régions du Tiers monde sont représentées presque à égalité, alors même que l'Amérique latine a traditionnellement été plus engagée que l'Afrique et l'Asie dans les processus de communication participative.

De même, presque tous les instruments de communication sont représentés : vidéo, radio, Internet, théâtre, etc. à l'exception de la presse écrite, rarement utilisée en raison du niveau élevé d'analphabétisme. La radio représente incontestablement le média le plus utilisé et le plus puissant.

Les efforts se concentrèrent également sur la représentation équilibrée des différents acteurs et créateurs de ces expériences : la communauté, les ONG, le gouvernement, les agences de coopération internationale, les réseaux régionaux et les organisations religieuses.

COMMUNICATION PARTICIPATIVE ET DÉVELOPPEMENT

La littérature universitaire qui traite de la communication pour le développement, tant en Europe qu'aux États-Unis, se réfère souvent uniquement aux livres et documents publiés en anglais. Les essais sur la théorie de la communication pour le développement renvoient, dans leurs sources bibliographiques, aux paradigmes développés dans les années soixante par Lerner, Rogers, Schramm […] et à d'autres plus récents, en autres Jacobson, Servaes, White, Korten, Ascroft, Schiller ou Habermas. Vous ne trouveriez pas dans ces études de références à Mattelart, Freire, Agrawal, Nair, Hamelink, Flugesang ou Castells si leurs essais n'avaient pas été traduits ou écrits directement en anglais. Et assurément, les apports de Díaz Bordenave, Martín Barbero, Prieto Castillo, Reyes Matta, L.R. Beltrán et d'autres spécialistes latino-américains ne seraient pas reconnus si quelques-uns de leurs articles n'avaient eu la chance de franchir la barrière de la langue. Du reste, la plus grande partie de leur travail est méconnue des universitaires américains et européens, particulièrement de ceux qui ne font pas l'effort de lire dans une langue autre que l'anglais.

S'il est vrai que la discussion académique sur la communication participative est devenue courante dans les années quatre-vingts, il n'en est pas moins vrai que la plupart des expériences qui servent de base à cette discussion restent dans l'ombre.

La plupart des textes disponibles s'appuient sur quelques études de cas, identifiées dans des pays où l'anglais est l'outil qui facilite la recherche. C'est en partie ce qui explique pourquoi les expériences de communication participative en Amérique latine, commencées à la fin des années quarante et qui se comptent aujourd'hui par milliers, n'ont pas été suffisamment prises en compte dans le monde universitaire aux États-Unis et en Europe.

Bien qu'il existe parmi les agences de développement dans les pays du Tiers monde et dans les milieux universitaires des pays industrialisés une meilleure compréhension du rôle de la communication dans les changements sociaux, on sait encore peu de choses sur les expériences concrètes et les projets où la communication a joué un rôle décisif.

Les barrières de la langue et la faible visibilité internationale qu'ont la plupart des expériences communautaires constituèrent une source de nombreux malentendus au sein des agences de développement et même dans les institutions académiques, sur l'essence des pratiques de communication participative qui abondent dans les pays dits « en voie de développement ». Bien qu'il existe une meilleure prise de conscience de l'importance de la participation dans le développement économique et social, il manque encore une définition précise du concept de *communication participative* qui pourrait contribuer à mieux en comprendre la portée. Mais peut-être est-ce mieux ainsi.

À vrai dire, la *communication participative* ne peut pas être aisément définie parce qu'on ne peut pas la considérer comme un modèle unifié de communication. L'engouement pour les étiquettes et pour les définitions synthétiques pourrait seulement contribuer à figer un mouvement de la communication qui est encore en train de prendre forme et dont la richesse réside précisément dans sa diversité et sa flexibilité. « Le mot 'participation' est kaléidoscopique, changeant de couleur et de forme selon la volonté des mains qui le tiennent ».[2]

Les expériences de communication participative pour le changement social sont aussi diverses que les milieux culturels et géographiques dans lesquels elles se développent. Bien que ce thème soit d'un intérêt récent pour de nombreux chercheurs, son histoire débute vers le milieu du siècle, depuis les premiers pas de *Radio Sutatenza* dans une communauté isolée de Colombie et depuis que les mineurs boliviens organisèrent les premières radios communautaires dans les mines de Potosi et d'Oruro. L'Amérique latine fut le berceau des premières expériences. Cependant, la chute des régimes autoritaires en Afrique et en Asie au cours des vingt dernières années favorisa l'éclosion de nouvelles expériences de communication dans ces régions.

La diversité des expériences fut toujours un signe de bonne santé de la communication participative. Cependant, son articulation avec des projets de développement, ayant pour but la génération de changements économiques et sociaux ne fut pas toujours couronnée de succès. Il semblerait que les communautés de base ressentirent un besoin profond de communication et engagèrent les actions nécessaires, mais qu'au niveau de la conception et de la mise en œuvre des projets contrôlés par les bailleurs de fonds et les gouvernements, la prise de conscience fût insuffisante.

Les deux extrêmes ont désormais la possibilité de se rencontrer, grâce aux leçons apprises sur la coopération internationale pour le développement au cours des dernières décennies. Trop de projets échouèrent en raison de la verticalité de leur planification et de leur mise en œuvre, et trop de fonds furent versés aux pays en développement sans jamais arriver aux « bénéficiaires » désignés, jusqu'à ce que les institutions de financement comprennent qu'elles se trompaient. Si seulement elles avaient impliqué les bénéficiaires dès le début …

Une idée aussi simple qu'impliquer les bénéficiaires ne vint pas immédiatement à l'esprit des agences internationales de coopération, et quand finalement elle germa, les agences durent surmonter certains obstacles, parmi lesquels l'habitude de canaliser les fonds de la coopération principalement à travers des gouvernements souvent corrompus et indifférents aux besoins de leur peuple, et l'incapacité d'atteindre les vrais acteurs du développement. Au fil des ans, les ONG et les organisations communautaires de base (OCB) prouvèrent qu'elles étaient rentables, efficaces, et dignes de la confiance des agences de financement et même des gouvernements.

Les barrières culturelles, ainsi que les attitudes arrogantes sur la connaissance et les pratiques verticales ne permettent pas aux bailleurs de fonds, aux planificateurs et aux gouvernements d'établir un dialogue avec les communautés bénéficiaires. La connaissance propre des communautés est perçue dans le meilleur des cas comme une revendication, mais pratiquement jamais comme l'une des principales composantes du processus de développement.

D'une manière général, la communication a longtemps été en marge des projets de développement, et elle l'est encore. Même quand les organisations pour le développement admettent que les bénéficiaires doivent être impliqués, elles ne réussissent pas à comprendre que sans la communication, un dialogue permanent avec les communautés ne peut s'établir. Le fait que les projets de développement soient généralement aux mains d'économistes et de techniciens empêche la compréhension de thèmes culturels et sociaux qui sont essentiels dans une stratégie de communication.

Trop souvent, la communication fut faussement conçue comme propagande ou, dans le meilleur des cas, comme diffusion d'informations, mais rarement comme dialogue. Tant la coopération internationale que les gouvernements, et même certaines ONG font appel à la communication seulement quand leur objectif est de gagner en visibilité. Dans ces cas-là, ils se concentrent sur l'utilisation des mass-médias ou, pire encore, sur la diffusion de panneaux publicitaires ou de publicité payante dans les journaux, activités qui ont un impact dans les villes mais pas dans les zones rurales les plus pauvres.

Le concept de développement a évolué dans les agences de coopération, mais pas le concept de la communication pour le développement. Les projets ne prenaient auparavant pas du tout en compte la communication, la considérant souvent comme un instrument de propagande ou de documentation institutionnelle. Les grosses campagnes dans les médias, surtout celles pour les programmes de santé, prouvèrent qu'elles ne pouvaient pas s'inscrire dans la durée sans un financement permanent. De plus, elles ne contribuèrent pas à établir un dialogue avec les communautés. Dès leur conception, ces campagnes étaient étrangères aux bénéficiaires, et trop générales pour être acceptables culturellement, en particulier dans des pays d'une riche diversité ethnique et culturelle. Les agences de coopération des États-Unis, qui ont largement fait la promotion du marketing social, durent investir des sommes supplémentaires dans l'auto-promotion pour attirer sur elles l'attention des pays en développement.

L'idée d'établir le dialogue avec les bénéficiaires tout au long du processus de conception, de planification, de mise en œuvre et d'évaluation d'un projet, gagna peu à peu du terrain. Dans un premier temps, on comprit qu'il était important d'impliquer les bénéficiaires dans les activités de développement économique et social pour renforcer le sentiment d'« appropriation » communautaire. On finit par reconnaître l'importance de cette participation pour garantir la pérennité du projet au-delà de l'étape d'assistance technique.

Par la suite, les planificateurs comprirent qu'il était irréaliste de tenter d'inculquer le sentiment d'« appropriation » aux bénéficiaires si ceux-ci n'avaient pas participé aux décisions prises avant le début d'un projet. Par exemple, une décision apparemment aussi simple que le choix d'un lieu pour forer un puits et installer une pompe à eau pouvait révéler la complexité des relations internes dans une communauté rurale. Les techniciens qui considéraient souvent les communautés comme un univers humain homogène, durent passer par un processus d'apprentissage qui les mena à comprendre que toute communauté — de même que la société dans son ensemble — constitue un agglomérat de groupes d'intérêts, de riches et de pauvres, dont la complexité culturelle doit être prise en compte en priorité.

Le concept de développement participatif mena à une meilleure compréhension du rôle de la communication pour le développement. Actuellement, plus de projets incluent un personnel et un budget spécifiquement assignés aux activités de communication. Cela révéla aussi le manque de professionnels de la communication pour le développement ; de fait, il s'agit d'une aire de spécialisation quasi inexistante dans les universités. Parmi les milliers d'institutions universitaires du monde qui forment des journalistes qui se destinent aux médias ou à la publicité, à peine quelques-unes proposent des cours de communication pour le développement.

> Il semble qu'il existe en Amérique latine plus de 300 écoles de communication, formant plus de 120 000 élèves. La plupart de ces écoles cherchent à former des professionnels des mass-médias, de l'industrie de la publicité, de la soi-disant communication d'entreprise et des relations publiques. Il n'existe pas une seule faculté qui forme des communicateurs pour le développement, des communicateurs scientifiques ou des communicateurs pédagogiques. Et on trouve là, en partie, l'explication à tant de désastres en communication [...] Il est difficile de comprendre la raison pour laquelle ces écoles ou facultés de communication continuent à proliférer, alors qu'il n'y a pas de débouchés professionnels pour leurs diplômés. La société a besoin d'écoles qui forment des communicateurs qui n'existent pas encore, du moins pas en nombre suffisant.[3] — Manuel Calvelo

Les communicateurs pour le développement constituent une espèce rare. La plupart d'entre eux ont un profil d'autodidactes, provenant d'autres disciplines, qui se tournèrent vers la communication parce qu'ils en ressentirent le besoin réel en travaillant sur des projets de développement. Des agronomes, sociologues et promoteurs

ruraux se révélèrent meilleurs communicateurs pour le développement que les journalistes, trop marqués par les mass-médias et une pratique verticale de communication.

MACRO ET MICRO

Un obstacle important à l'introduction de composantes de communication participative dans des programmes de développement réside dans l'urgence qu'ont les bailleurs de fonds à élargir l'impact des projets. Cela peut paralyser la coopération ou déboucher sur des projets aussi gigantesques qu'artificiels, qui échouent souvent avec fracas. Les « éléphants blancs », comme on appelle en Amérique latine ces projets coûteux et gigantesques qui n'arrivent jamais à avancer, firent plus de mal que de bien dans les pays en voie de développement. L'*échelle*, ou la dimension des projets est malheureusement liée aux impératifs politiques et aux exigences administratives internes des agences de coopération internationales, plutôt qu'aux nécessités du développement. L'obligation de montrer des *réussites* à court terme (ce que j'appelle le « syndrome des rapports annuels »), et de mesurer les projets au nombre des bénéficiaires (le chiffre le plus haut possible) — sans que soient pris en compte ni les aspects qualitatifs ni les bénéfices à long terme — a engendré des projets dont la pérennité dépend trop du financement extérieur.

Dans un cadre de développement plus raisonnable, la dimension ou *l'échelle* des projets pourrait se mesurer au résultat de l'intégration des communautés qui partagent des problèmes similaires, en facilitant les échanges entre elles, au lieu de multiplier des modèles qui se heurtent à la culture et aux traditions.

Les indicateurs quantitatifs constituent souvent un piège dans un monde aussi varié dans ses cultures et aussi riche dans ses différences. La recherche d'*échelle* ne conduit pas toujours aux solutions appropriées à long terme, et les modèles de masse ne peuvent remplacer les réseaux communautaires qui se construisent à partir de la base. La coopération internationale se refuse encore à reconnaître les 30 ou 40 années d'échecs, et les millions volatilisés dans des programmes énormes et mal conçus. L'ambition d'obtenir des résultats rapides à court terme et d'étendre la couverture des programmes au plus grand nombre de personnes s'avéra être une stratégie contre-productive.

De plus, elle déforma le rôle de la communication, généralement utilisée pour renforcer la visibilité institutionnelle, et rarement comme un outil de développement. Les mass-médias furent privilégiés par rapport à d'autres moyens de communication, avec les résultats que l'on sait : d'énormes investissements dont il reste bien peu de chose au niveau communautaire après le retrait du financement et de l'assistance technique.

L'obtention de véritables changements dans l'utilisation de la communication dans les projets et le développement passe par des changements au sein des institutions de coopération. Ils consisteraient à intégrer les stratégies de communication dès les phases initiales de planification d'un programme ou d'un projet, en attribuant par exemple un pourcentage du budget total aux activités de communication. Cela impliquerait la modification du profil du personnel des organisations et des projets, et l'intégration de communicateurs pour le développement au lieu de publicitaires, et de sociologues au lieu de journalistes. Peut-être finira-t-on par comprendre que le « macro » n'est pas seulement une question de taille, mais de participation, et que la vraie participation ne pourra jamais devenir massive si l'on prétend la manipuler d'en haut.

L'ÉVALUATION PARTICIPATIVE

Des progrès ont été réalisés, bien qu'insuffisants, dans l'implication progressive des bénéficiaires dans les étapes de planification et de mise en œuvre des projets. Cependant, l'étape d'évaluation reste, en général, un exercice réservé aux agences de coopération, qui reste vertical et étranger aux bénéficiaires. Curieusement, bien que le système d'évaluation se révèle insuffisant au niveau du traitement de la participation communautaire, il reste encore en vigueur. En dehors du fait que les institutions spécialisées dans les processus d'évaluation constituent de véritables industries, une autre raison explique leur prédominance : en louant les services d'auditeurs privés, les bailleurs de fonds gardent le contrôle sur les évaluations.

Si l'on analyse cela avec une certaine logique, on découvre d'importantes contradictions dans le mode de réalisation de la plupart des évaluations, la principale étant que les bénéficiaires restent en marge, comme de simples objets d'étude et non comme des sujets qui peuvent contribuer au processus d'évaluation. Voici une énumération de quelques aspects qui faussent les résultats de nombreuses évaluations.

En premier lieu, le fait que les bailleurs et/ou les agences d'exécution évaluent eux-mêmes leurs projets influence la qualité des résultats. Le degré d'objectivité des auditeurs risque d'être affecté, vue qu'ils dépendent de futurs contrats avec ces mêmes organisations ou d'autres semblables.

En second lieu, qui définit les objectifs de l'évaluation ? Qui bénéficiera de l'évaluation ? Sont-ce les bénéficiaires ou l'institution qui la commandite ? Les objectifs des évaluations répondent généralement à des impératifs institutionnels.

Troisièmement, les évaluations sont réalisées en général par des experts qui connaissent bien peu le contexte culturel, politique et social et parfois ne parlent même pas la langue locale ; il s'agit en majorité d'entreprises privées des États-Unis ou d'Europe. Rares sont

les projets où on engage des consultants locaux ou des pays du Tiers monde dont les antécédents personnels garantiraient une meilleure compréhension de la culture locale. Dans ce but, les agences de développement des Nations Unies échangent parfois des consultants entre des pays du sud, ce qui représente une avancée significative.

Quatrièmement, la batterie d'instruments d'évaluation s'inspire en général de modèles déjà existants, adaptés à une nouvelle situation sans confrontation suffisante avec la réalité, et sans prise en compte des aspects culturels.

Cinquièmement, dans le but de faciliter le traitement des données statistiques, la plupart des évaluations évitent les questions ouvertes et se concentrent sur des formats type « checklist » qui facilitent l'obtention de chiffres et pourcentages au détriment de l'information qualitative.

Enfin, le calendrier de réalisation des évaluations correspond aussi aux besoins des bailleurs de fonds et, en général, il ne peut pas vraiment mesurer les bénéfices réels d'un projet pour la communauté. Souvent, les évaluations sont réalisées juste à la fin de l'intervention institutionnelle, capturant ainsi une image du processus de développement sous son meilleur jour.

L'information qui ressort de ces évaluations sert plus aux bailleurs de fonds et/ou aux agences d'exécution qu'aux bénéficiaires. Les imprécisions dans l'information peuvent de plus obscurcir les résultats et leur interprétation. Ces imprécisions ne sont pas liées seulement aux données recueillies — par exemple pour une campagne sur le SIDA — mais surtout au manque de connaissances sur la culture et les formes d'organisation des personnes sondées. Le « fait concret » que les auditeurs recherchent peut être déformé par ce fossé culturel existant entre les évaluateurs et la communauté.

En résumé, le processus d'évaluation devrait intégrer le dialogue comme outil essentiel. Le concept même d'évaluation devrait être révisé : ces dernières années, une évolution positive s'est produite dans les modèles de communication et de développement, en intégrant les bénéficiaires comme élément central. Il est temps de créer aussi des modèles d'évaluation dans lesquels les bénéficiaires jouent un rôle central.

C'est déjà le cas dans les exemples les plus intéressants de communication participative au niveau communautaire. Par exemple, pendant les quarante années de croissance et d'expansion des radios minières de Bolivie, on ne fit jamais une évaluation formelle, mais le fait est que celle-ci fut réalisée de manière constante et permanente par la communauté elle-même et ce, par le dialogue.

Les évaluations transparentes et utiles n'adviendront qu'après l'abandon par les bailleurs de fonds de leurs impératifs institutionnels. Sont-ils prêts à le faire ? Si oui, les évaluations devraient se transformer en processus participatifs dès l'étape initiale de définition des objectifs.

RADIO : ONDES COURTES, GRANDS CHANGEMENTS

La radio constitua pendant près de cinquante ans l'instrument le plus séduisant de communication et de développement participatifs. Il s'agit sans doute de l'outil de communication le plus répandu dans le monde et du moyen idéal de promotion des changements sociaux. La radio revêtit un rôle prépondérant dans les changements introduits dans le domaine de la communication en Europe au début des années soixante, quand les *radios libres* ou « pirates » fleurirent par centaines en Italie, en France et dans d'autres pays du vieux continent. Certes, *Radio Tomate* et d'autres stations qui débutèrent clandestinement dans des petits appartements d'étudiants à Paris ou à Milan devinrent avec le temps des entreprises commerciales à succès, mais leur contribution aux changements dans le monde de la radio et de la télévision européennes reste indéniable.

En Amérique latine, au milieu des années quarante, trente ans avant que ne se généralise la diversité des moyens de communication, des petites communautés parfois très isolées de *campesinos* (paysans pauvres) ou mineurs savaient déjà faire fonctionner leur propre radio. Ce n'était pas seulement pour défier le monopole d'état sur les moyens de communication, mais aussi pour faire entendre, pour la première fois, leur propre voix. Les luttes sociales des années soixante et soixante-dix et la résistance aux dictatures militaires qui accédèrent au pouvoir par la bonne grâce de la CIA encouragèrent la multiplication du nombre de radios communautaires et indépendantes par millier. Chaque petit pays d'Amérique du sud compte aujourd'hui des centaines de radios, en majorité FM, qui desservent des zones rurales et urbaines avec des contenus adaptés à la culture, à la langue et aux nécessités locales.

Prises séparément, la plupart de ces stations — qui émettent depuis une école, une église ou un syndicat — ont une portée très limitée, mais, ensemble, elles frappent comme un tsunami. Elles réussirent à renverser des gouvernements et à lancer de nouveaux leaders populistes. Mais surtout, elles servirent leurs communautés tous les jours, sans faire beaucoup de bruit, en s'ouvrant aux idées et à la voix du peuple.[4]

L'Asie et l'Afrique empruntent aujourd'hui le chemin parcouru des décennies plus tôt par l'Amérique latine. Au fur et à mesure que les peuples répudient les dictatures, de nouvelles voix résonnent dans les médias, et en général, la radio est à l'avant-garde de ce processus.

À peine le monopole de l'état sur les moyens de communication s'écroule-t-il que de petites organisations et communautés dressent leurs antennes dans les villages ruraux et dans les quartiers pauvres des villes. L'Asie compte des exemples intéressants avec les Philippines,

le Sri Lanka ou le Népal, tandis qu'en Afrique divers pays profitèrent des vents démocratiques. L'Afrique du Sud représente peut-être l'exemple le plus marquant.

Cependant, la radio participative en Afrique en est encore à ses débuts :

> Je crois que le terme de radio communautaire ne s'applique pas aux radios africaines. Il implique qu'une radio émane d'un groupe de personnes, d'une communauté ou d'un village. Mais cela n'est pas le cas en Afrique. La plupart des radios privées sur le continent sont commerciales. Cela ne veut pas dire qu'elles diffusent de la publicité toute la journée, mais qu'elles furent conçues comme des entreprises. La plupart jouent un rôle important dans le développement de chaque pays. Je préfère parler de radios pour le développement. D'autres sont apparues dans les pays d'Afrique occidentale. La culture africaine a pour base l'histoire orale transmise de génération en génération. La radio reprend désormais le rôle du doyen du village, qui racontait auparavant ses histoires assis à l'ombre du baobab.[5]

La radio communautaire, si petite et précaire soit-elle, fait la différence pour la communauté. La présence d'une radio, même si elle n'est pas très participative, a un effet immédiat sur la population. Les plus petites et les plus pauvres commencent généralement en diffusant de la musique toute la journée : cela a bien entendu un impact sur l'identité culturelle et la fierté de la communauté. L'étape suivante, étroitement associée à la programmation musicale, est celle des annonces et dédicaces, qui contribuent à renforcer les réseaux sociaux locaux. À mesure que la radio acquiert de l'expérience et renforce sa capacité technique, elle commence la production de programmes sur des thèmes de santé ou d'éducation qui contribuent à partager des informations utiles sur des problèmes qui affectent la communauté.

Ces dernières années, les radios communautaires augmentèrent par milliers dans le monde entier. Il est quasiment impossible d'en calculer avec exactitude le nombre total, étant donné que les statistiques n'incluent pas celles qui fonctionnent sans enregistrement légal. Les stations communautaires prennent une place importante dans l'univers social et géographique dans lequel elles fonctionnent. De temps en temps, les noms de certaines traversent les frontières comme *Radio Enriquillo* en République Dominicaine, *Radio La Voz de la Montaña* au Mexique, *Radio Animas* en Bolivie, *Radio Qawinakel* au Guatemala, *Radio Xai-Xai* au Mozambique, *Radio Tubajon* aux Philippines, *Radio Sagarmatha* au Népal, *Katutura Community Radio* en Namibie, *Kagadi-Kibaale Community Radio* en Ouganda, Chikaya *Community Radio Station* en Zambie …

Le processus de communication radiophonique a franchi diverses étapes depuis les années cinquante. Ce rapport réunit quelques exemples qui montrent cette évolution ainsi que les nouvelles perspectives de la radio comme outil de communication pour le changement social. Des cinquante cas sélectionnés, pas moins de vingt constituent des expériences de radio communautaire, ce qui confirme l'importance de ce média. Non seulement la radio a joué un rôle fondamental dans les changements sociaux, mais elle a, comme nous le savons aujourd'hui, *inventé* la communication participative.

Chronologiquement, la première radio communautaire — *Radio Sutatenza* — naquit le 16 octobre 1947 en Colombie. Elle fut créée par un prêtre catholique, le Père José Joaquin Salcedo, avec deux objectifs : celui de diffuser la doctrine chrétienne parmi les paysans pauvres, et celui d'enseigner les techniques pour l'amélioration du développement de la communauté. *Radio Sutatenza* grandit constamment pendant plusieurs décennies jusqu'à ce que la puissante Cadena Caracol l'achète au début des années quatre-vingt-dix.

La participation aux radios communautaires va de l'appropriation totale à des degrés divers d'engagement de l'audience dans la programmation et l'administration.

Le réseau des radios minières de Bolivie représente l'exemple classique d'appropriation et de contrôle total d'une station par ses auditeurs. Mises en place à partir de 1949, elles constituent une des premières et plus marquantes expériences de communication populaire et participative dans le monde. Il existe peu de radios qui aient été conçues, installées, administrées, dirigées techniquement, financées et entretenues par la communauté. De plus, les radios minières constituent l'exemple type d'initiatives de communication intégrées dans un projet plus large de changements sociaux et politiques. Et pour finir, le réseau des radios minières compta jusqu'à 26 stations indépendantes dans les années soixante, ce qui n'est pas du tout négligeable en termes d'échelle. Malheureusement, les exemples de cette qualité n'abondent pas.

Depuis quelques années, il existe des exemples de stations pour lesquelles la propriété communautaire constitue un aspect central, comme par exemple *Radio Izcanal* au Salvador ou les radios locales du Burkina Faso — l'ancienne Haute Volta — ou d'Haïti, encore que dans les deux derniers exemples, les stations aient été installées avec une assistance technique et des fonds extérieurs. Le projet d'installer six radios locales communautaires dans des zones rurales du Burkina Faso résulta d'une initiative de Thomas Sankara alors qu'il occupait encore le poste de Ministre de l'Information, bien avant de devenir le président et de changer le nom de son pays. Le projet commença à s'écrouler quand Sankara fut chassé du pouvoir et assassiné par son ami et compagnon d'armes Blaise Campaoré. En 1994, l'Organisation

des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, l'UNESCO, fit don à Haïti d'équipements de radio pour le montage de quatre stations de radio dans des zones rurales de l'île, et dispensa la formation initiale. Toutefois, après plusieurs années, les stations continuent de lutter pour consolider leur identité dans un pays constamment secoué par l'agitation politique.

La formation de réseaux a toujours constitué un défi pour les projets de communication communautaire. Il est relativement facile pour les entreprises commerciales de communication d'établir des réseaux verticaux, en raison de leur organisation hautement centralisée, ce qui n'est pas le cas pour les radios indépendantes, puisque chacune appartient à une communauté ou un groupe différent. Peut-être faut-il tout d'abord se poser la question de savoir qui définit un réseau. Les radios minières de Bolivie n'étaient pas considérées comme un réseau du fait de leur administration centralisée ou de leur programmation uniforme, mais du fait de leur capacité technique et surtout de leur décision politique de relier leurs fréquences quand cela s'avérait nécessaire, et du fait qu'elles poursuivaient le même objectif : améliorer les conditions de vie des mineurs et atteindre une audience nationale.

Tambuli, aux Philippines, est un autre exemple de réseau de stations qui vaut la peine d'être mentionné. Près de vingt stations de radio furent créées avec l'assistance technique et le financement de l'UNESCO et l'Agence danoise internationale de développement (Danish International Development Agency, DANIDA). Elles sont en réseau en ce qui concerne les échanges de cassettes, la formation, les réunions et la supervision de la Fondation *Tambuli* depuis Manille. Cependant, ce n'est pas un réseau proprement dit en ce qui concerne la transmission simultanée et en temps réel, car les radios sont dispersées dans les endroits les plus reculés de l'archipel, et n'ont pas la possibilité de communiquer avec leurs émetteurs de faible puissance. Techniquement, *Tambuli* n'est pas un réseau, même si sur le plan philosophique, toutes les stations partagent les mêmes objectifs et les mêmes idées.

Le *Réseau de radios locales* de l'Indonésie prouve la possibilité de mise en réseau de radios privées. Une fois de plus, ceci est un exemple de la diversité que nous avons rencontrée pendant la phase de recherche. Il est essentiel de comprendre le contexte politique de l'Indonésie pour apprécier l'importance de ce réseau dans le processus de communication pour le changement social. Pour commencer, il n'existe aucune autre sorte de radio communautaire en Indonésie. Aucune loi ne régule le fonctionnement des radios communautaires, et après plusieurs décennies du régime militaire de Suharto, il faudra encore un certain temps pour que soit approuvée une nouvelle législation sur la communication. Malgré tout ceci, la nécessité d'une communication démocratique donna à l'UNESCO l'idée de soutenir

plus de vingt radios locales privées, petites installations avec de faibles ressources propres, et ainsi d'initier un processus de mise en réseau par l'introduction de nouvelles technologies. L'UNESCO fournit des équipements supplémentaires, dispensa une formation et une assistance technique, pour que les stations puissent commencer à produire et à diffuser des informations et des programmes locaux. Les ordinateurs et l'accès à Internet permettent aux stations d'échanger des nouvelles quotidiennement, consolidant ainsi le réseau. Malgré les menaces de l'armée, notamment dans les régions politiquement instables comme Aceh, le réseau continue de grandir.

Sur une échelle beaucoup plus grande, *Pulsar* est une agence de presse latino-américaine qui distribue quotidiennement par e-mail et Internet des reportages et des informations à plusieurs centaines de radios communautaires. Dans une perspective de travail en réseau, *Pulsar* a réussi à établir un système de correspondants qui englobe toute l'Amérique latine et les Caraïbes. Les correspondants envoient quotidiennement du matériel et des informations qui reflètent le point de vue communautaire.

Madagascar suit un modèle similaire à celui du réseau *Tambuli* avec les premières radios à Fianarantsoa et Morondava. Ces deux radios — une troisième sera mise en place à Antananarivo — furent créées avec l'appui de la coopération suisse (Développement et Coopération — DCC) dans l'objectif de servir les communautés rurales dans leur zone d'influence. Ceci n'est pas non plus un bon exemple de mise en réseau, en raison du manque de contact entre les stations, mais il pourrait en revanche devenir un exemple d'« appropriation » par la communauté. Les deux premières années, les efforts furent dirigés vers l'établissement de radios comme moyens de communication communautaires, les premiers à Madagascar. Puis on envisagea le transfert total de la propriété des stations de radios aux associations rurales représentées au conseil d'administration. Cependant, il y a beaucoup d'incertitudes sur leur devenir une fois l'assistance technique suisse achevée.

Parmi les expériences les plus importantes de radio qui réussirent en se posant comme des exemples de communication participative pour le changement social, celles qui sont nées à l'initiative de prêtres catholiques ressortent particulièrement. De la première radio communautaire, *Radio Sutatenza* (1947) aux milliers qui opèrent aujourd'hui en Amérique latine, la radio est le moyen de communication qui a le plus soutenu les communautés dans leur lutte pour une vie meilleure. Les prêtres catholiques qui appuyèrent ces projets de communication comprirent très vite que la survie et le développement des stations de radio devaient être liés à la participation communautaire et aux vraies nécessités sociales, politiques et culturelles du peuple, et qu'il n'était pas suffisant de prêcher la foi ou de prêcher contre le communisme.

Encore une fois, l'exemple classique provient des districts miniers de Bolivie. Au début des années cinquante, un groupe de curés catholiques fonda *Radio Pío XII* à Llallagua, avec l'objectif de « lutter contre le communisme et l'alcoolisme » sévissant parmi les mineurs, tout comme *Radio Sutatenza* s'était proposée de le faire quelques années auparavant dans les zones rurales de Colombie. En quelques années *Radio Pío XII* évolua et se rapprocha des communautés minières et finit par faire partie du réseau des radios syndicales. Par la suite, elle fut l'objet d'attaques par l'armée et littéralement sous le feu des armes, exactement comme les autres stations et pour les mêmes raisons : la défense des droits politiques et sociaux des travailleurs. À La Paz, *Radio San Gabriel* — qui s'adressait principalement au public *campesino* — grandit jusqu'à devenir une des stations de radio les plus influentes de Bolivie.

Les prêtres jésuites créèrent et continuent d'appuyer une des expériences les plus intéressantes inclues dans ce rapport : *Radio Kwizera*, une radio qui s'adresse à la population de réfugiés établie à l'ouest de la Tanzanie, près des frontières du Burundi et du Rwanda. Plusieurs des stations qui font partie du réseau *Tambuli* aux Philippines sont en fait soutenues au niveau communautaire par les prêtres et les pasteurs, comme c'est le cas pour *Radio Tubajon* et *Radio Loreto*, toutes deux situées dans l'île de Dinagat, au nord de Mindanao. R*adio Quillabamba* au Pérou et *Radio Huayacocotla* au Mexique comptent aussi parmi le groupe de radios communautaires exemplaires, soutenues par des religieux progressistes, qui s'identifient complètement avec la population locale.

Il n'est pas rare de trouver des stations de radio fondées avec l'appui d'ONG locales ou internationales ; par contre, les radios communautaires créées et soutenues par des institutions gouvernementales sont moins fréquentes. Ces dernières ne sont pas nombreuses et celles qui existent dépendent en grande partie de la tenacité de certains individus qui défient les politiques du gouvernement, favorisant la voix du peuple. Ce que Thomas Sankara fit au début des années quatre-vingts au Burkina Faso, ne fut pas reproduit par d'autres gouvernements africains, trop jaloux de leur contrôle absolu sur les moyens d'information.

Pour sa part, le gouvernement mexicain a une politique claire de promotion des radios communautaires principalement dans les communautés indigènes. *Radio Margaritas* est l'une des 24 stations fondées par l'Institut national indigéniste (INI), une institution officielle. Ces radios produisent et diffusent des programmes en 31 langues indigènes et en espagnol, et elles touchent approximativement six millions de Mexicains. Comme d'autres projets intéressants dans ce pays, ces stations sont le résultat heureux des contradictions politiques internes et précisément parce que ces contradictions sont loin d'être résolues, les stations de l'INI ont survécu à plusieurs changements de gouvernement.

Radio Kiritimati, dans l'archipel de Kiribati dans le sud du Pacifique, et *Radio Kothmale*, au Sri Lanka, sont aussi des exemples de stations communautaires fondées et partiellement financées par un gouvernement qui interfère relativement peu dans leur fonctionnement.

Il est intéressant de décrire brièvement *Radio Kothmale* puisque c'est l'une des premières qui soit née de la convergence entre la radio et Internet. Équipée d'ordinateurs et d'un accès à Internet, la station reçoit des demandes d'information du public, cherche ensuite les données sur le Web, et donne les résultats aux auditeurs, dans la langue locale. La radio se consacre de plus à l'élaboration d'une base de données regroupant des informations utiles à la communauté.

En tant qu'instrument de communication participative pour le changement social, la radio offre divers avantages comparatifs sur d'autres médias. Premièrement, la rentabilité sur l'investissement est très avantageuse, tant pour ceux qui mettent en place la radio que pour le public. Deuxièmement, la radio est adaptée dans son langage et son contenu, condition idéale pour atteindre une immense population analphabète qui demeure marginalisée, en particulier dans les zones rurales du Tiers monde. Troisièmement, la radio peut être associée étroitement aux traditions, à la culture et aux pratiques locales. Quatrièmement, une fois que l'investissement initial en équipement a été réalisé, la pérennité est possible, bien que dépendant du niveau de participation communautaire. Cinquièmement, en termes de portée et de couverture géographique, la radio a d'énormes avantages sur les autres médias. Le dernier argument, et non des moindres, c'est la convergence entre radio et Internet qui insuffle une énergie nouvelle à la radio communautaire et augmente énormément les possibilités de mise en réseau.

VIDÉO : L'IMAGE DE L'IDENTITÉ

La vidéo comme outil de communication pour le développement et le changement social a toujours été l'objet d'odieuses comparaisons et de rivalités avec l'industrie de la télévision et du cinéma. Pour mériter une identité propre, cet outil audiovisuel a dû se distinguer des systèmes traditionnels de diffusion, généralement dirigés par des intérêts hautement commerciaux.

Pendant de nombreuses années, la vidéo a été le « parent pauvre » des industries solidement établies du cinéma et de la télévision. Elle était perçue comme une tentative désespérée, marginale et de piètre qualité, de concurrencer les réseaux commerciaux. En raison du coût de fonctionnement élevé des chaînes de télévision, les projets qui aspiraient à promouvoir des thèmes sociaux ou culturels à travers la télévision étaient condamnés à une brève existence. Même dans les pays industrialisés, les soi-disant « réseaux culturels » ou « chaînes d'intérêt public » sont confrontés à de nombreuses difficultés.

Dans les années soixante et soixante-dix, il y eut en Amérique latine plusieurs tentatives de fonder des chaînes de télévision « alternatives » dans des pays comme la Bolivie ou le Chili, mais aucune ne résista à l'épreuve du temps. À un moment donné cependant, chaque université d'état de Bolivie avait, en vertu de l'autonomie universitaire, sa propre chaîne de télévision avec une programmation culturelle, des débats et des nouvelles qui reflétaient une perspective différente du discours officiel. Mais cela dura le temps d'un mirage. Dès que l'on commença à accorder des licences commerciales au plus offrant, les chaînes de télévision universitaires départementales commencèrent à disparaître. Au Chili, comme dans d'autres pays, les chaînes universitaires durent entrer en compétition pour la publicité avec les chaînes commerciales, de sorte qu'il resta bien peu de leur vocation sociale et culturelle.

D'un autre côté, les réseaux de vidéo indépendante purent survivre en témoignant d'une réalité sociale rarement montrée à la télévision. Malgré le goût du public modelé par l'offre de la télévision commerciale et le câble, la vidéo indépendante est toujours vivante et en bonne santé.

Au cours de ce processus, au fur et à mesure que la technologie devenait plus accessible en termes de coûts et de maniabilité, la vidéo devint un outil de communication distinct, avec ses propres avantages comparatifs sur la télévision. Les différentes utilisations de la vidéo dans des projets de développement social mettent en évidence une grande créativité et une grande capacité d'adaptation à des contextes sociaux et culturels changeants. Aujourd'hui, dans les pays du Tiers Monde, la vidéo remplace pratiquement dans sa fonction la radio utilisée par les générations précédentes comme instrument de soutien à l'éducation, à l'identité culturelle, à l'organisation et à la participation politique.

De nombreuses expériences innovatrices de vidéo participative furent développées dans le monde. Parmi elles : *Vidéo SEWA* en Inde, les indiens *kayapo* au Brésil, *FAWO* en Afrique du Sud, *New Dawn* en Namibie, *Televisión Serrana* à Cuba, *TV pour le développement* en Ouganda, *CESPAC* au Pérou, *Vidéo Capricorne* au Zimbabwe, *Vidéo et Rêves Communautaires* en Egypte, *Nutzij* et *Comunicarte* au Guatemala. Les expériences sélectionnées dans ce rapport illustrent la diversité et la flexibilité de cet outil de communication.

Parmi les expériences communautaires, *Vidéo SEWA* (Inde) est l'une de celles qui montrent le plus clairement le potentiel de participation que peut libérer la vidéo. C'est de plus une des premières expériences et elle a la plus grande longévité dans le monde. Elle débuta en 1984, lorsque Martha Stuart dirigea un stage de formation au Gujarat pour vingt femmes, en majorité analphabètes, de l'Association des travailleuses indépendantes (SEWA, d'après son sigle en anglais).

La graine fut plantée au bon endroit et au bon moment, comme l'atteste la pérennité de cette expérience, devenue un outil important dans le travail social et organisationnel au sein de SEWA. Ces femmes, pratiquement sans éducation formelle, furent capables d'apprendre à utiliser l'outil de la vidéo et leur propre rôle dans la société s'en trouva ainsi transformé. Sarah Stuart et Barkley Stuart continuèrent le travail après la mort de leur mère, en appuyant des projets similaires au Nigeria (*Action Santé*, 1992) et en Égypte (*Vidéo et rêves communautaires*, 1998), à travers leur organisation Communication for Change.

Certaines des plus anciennes, des meilleures et des plus vastes expériences de vidéo participative furent promues par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, la FAO, et, paradoxalement, avec le consentement d'institutions gouvernementales. C'est le cas du Centre de services de pédagogie audiovisuelle pour la formation, le *CESPAC* (Pérou, 1975), du Programme de développement rural intégré des zones tropicales humides, le *PRODERITH* (Mexique, 1978) et, plus récemment, du Centre de services de production audiovisuelle, le *CESPA* (Mali, 1989). Ces trois expériences furent inspirées par Manuel Calvelo, un spécialiste en communication pour le développement qui exerça une grande influence dans l'établissement des directives pour les projets de communication participative en Amérique latine. Deux communicateurs péruviens formés au *CESPAC* sous la tutelle de Calvelo, fournirent une assistance technique à l'expérience développée au Mali. Ces trois projets sont l'illustration vivante du rôle déterminant des individus dans la définition de l'esprit des projets participatifs : Manuel Calvelo, sur le terrain et Colin Fraser, au siège de la FAO à Rome, jouèrent un rôle essentiel dans le soutien aux projets de communication, certainement alors considérés par les décideurs gouvernementaux et de la FAO comme très chers et incongrus.

Il est important de signaler ici que parmi les agences des Nations Unies, la FAO a été à l'avant-garde du développement du concept de communication pour le développement, suivie par l'UNESCO, qui a principalement soutenu des initiatives de radio communautaire. Quant au Fonds des Nations Unies pour l'enfance, l'UNICEF, bien qu'il compte le plus grand nombre de professionnels de la communication sur le terrain, il n'a pu maintenir la communication participative au centre de ses activités communautaires. La plus grande partie du budget de l'UNICEF est investie dans des campagnes de collecte de fonds et dans des activités de court terme, ce qui n'est pas sans lien avec les changements d'orientation qui se produisirent dans l'organisation après le décès de James Grant en 1995. Les autres agences du système onusien sont peu actives en termes de promotion de projets de communication participative à long terme.

La FAO ne soutint pas seulement des projets de communication de longue haleine qui contribuèrent au renforcement des capacités nationales, mais elle développa aussi simultanément un cadre conceptuel solide à travers des séminaires, des réunions internationales et de nombreuses publications. L'unité d'information et de communication de la FAO connut ses meilleurs moments sous la direction de Colin Fraser, et, plus tard, dans les années quatre-vingts, sous la direction de Silvia Balit. La réorganisation administrative de la FAO au milieu des années quatre-vingt-dix, qui impliqua le remaniement du personnel, des départements et des ressources, semble avoir affecté la vision de la communication pour le développement qui était prédominante dans les années antérieures.

Aussi bien le *CESPAC* (Pérou) que le *PRODERITH* (Mexique) — et plus récemment le *CESPA* (Mali) — apportent leur soutien au développement de l'agriculture et des organisations paysannes. Ces projets ont une importante composante de formation et d'utilisation de la vidéo comme outil visuel de diffusion des innovations techniques dans le mode de gestion des cultures et de l'élevage. Très tôt, les paysans eux-mêmes articulèrent la nécessité de prendre en compte les impératifs sociaux comme le renforcement de l'organisation communautaire. Cette évolution coïncida avec les avancées technologiques de la vidéo dans les années quatre-vingts : l'apparition de caméras plus petites, plus légères et meilleur marché, avec des piles et des cassettes vidéo. La vidéo devint un outil idéal de facilitation du dialogue entre la communauté et le personnel technique, et comme moyen d'échange horizontal des connaissances. Si les produits vidéo (leçons ou documentaires audiovisuels) constituaient toujours une part essentielle dans ces projets (le catalogue de *PRODERITH* comprend plus de mille productions), le processus même d'élaboration des vidéos prit de plus en plus d'importance, dans la mesure où il impliquait une réflexion collective et un dialogue sur chaque thème.

L'utilisation de la vidéo comme outil de participation avec un accent sur le processus plutôt que sur le produit final est un concept clé dans le travail de *Maneno Mengi*, un groupe basé à Zanzibar depuis le milieu des années quatre-vingt-dix. *Maneno Mengi* (qui signifie « beaucoup de mots » en swahili), est une organisation spécialisée dans la production de vidéos à faible coût, en appui à des initiatives de développement social. Des pêcheurs et des paysans de Tanzanie bénéficièrent de son travail. *Maneno Mengi* utilise la caméra vidéo comme un « miroir » dans lequel les communautés peuvent étudier leurs problèmes et trouver des solutions. Le processus peut durer plusieurs mois, avec un rythme de travail quotidien. La caméra vidéo participe aux discussions communautaires, les segments filmés sont montrés de temps en temps à la communauté ou aux autorités compétentes, selon la nécessité. Après plusieurs mois, quand les changements sociaux commencent à se produire, le matériel est édité et réduit à un résumé du processus. Les représentants des communautés participent aux sessions de montage, simplifiées grâce à l'utilisation d'ordinateurs portables disposant de logiciels d'édition de vidéo.

Un regard d'ensemble sur les expériences qui utilisent la vidéo comme instrument de communication nous permet de les classer selon trois perspectives distinctes : celles pour lesquelles le processus *antérieur* au produit de la vidéo est essentiel ; celles pour lesquelles le produit même est le résultat final ; et celles qui mettent l'accent sur le processus *postérieur* à l'achèvement des vidéos. Assurément, ces distinctions ne sont pas très rigoureuses, mais elles nous permettent de mieux comprendre les avantages de chaque approche.

TV Maxambomba et *TV Viva* au Brésil, de même que *Teleanálisis* au Chili, sont des exemples qui montrent l'impact de la vidéo une fois la production terminée. Cela ne signifie pas que ces groupes ne se préoccupent pas du processus de production, mais leur point fort, c'est leur rapport au public.

L'expérience de *Teleanálisis* est terminée depuis plusieurs années, mais elle a eu un impact social énorme au Chili pendant les années soixante-dix et quatre-vingts, sous la dictature de Pinochet. *Teleanálisis* était un journal d'information alternatif du temps où les nouvelles étaient systématiquement censurées à la télévision chilienne contrôlée par le régime. Des cameramen téméraires sortaient dans la rue pour filmer des manifestations populaires, des faits de répression politique et divers problèmes sociaux. Le matériel était édité en secret et copié sur cassette vidéo pour une distribution à travers des syndicats clandestins, des organisations religieuses et des groupes communautaires.

Au Brésil, *TV Viva* et *TV Maxambomba* fonctionnaient dans un contexte différent, à savoir dans un cadre démocratique où les moyens d'information étaient aux mains de grands conglomérats économiques parmi les plus influents d'Amérique latine, comme *TV Globo*. *TV Viva* (à Recife, au nord du pays) et *TV Maxambomba* (à Rio de Janeiro) luttent pour offrir aux quartiers marginalisés une image du Brésil qui prenne en compte les problèmes, les besoins et les formes d'expression des communautés locales. Malgré leur nom, ce ne sont pas des chaînes de télévision. Leur production vidéo aborde toute sorte de thèmes d'intérêt communautaire : politique, santé, sexualité, chômage, éducation, culture Noire, droits des citoyens, et environnement. L'humour est un ingrédient important pour séduire le public. Dans les rues et sur les places d'Olinda ou de Nueva Iguazú, *TV Viva* et *TV Maxambomba* déploient leurs grands écrans pour projeter les programmes de vidéo qui attirent des centaines de personnes, avec des contenus à la fois divertissants et éducatifs. Pour les activistes de *TV Viva* et *TV Maxambomba*, regarder une vidéo cesse d'être un acte passif.

Televisión Serrana, à Cuba, est une expérience particulière parce qu'elle a lieu dans un pays où le gouvernement contrôle d'une main ferme les moyens d'information. Cependant, c'est aussi un pays où le cinéma, la vidéo et les arts en général ont joui d'un important soutien de l'État. Le principal festival de cinéma d'Amérique latine se déroule à La Havane tous les ans en décembre et comprend une importante section vidéo. Pendant la dernière décennie, les groupes cubains de vidéo indépendante se sont multipliés et un festival national a été créé, permettant de faire connaître leur production. Ce qui fait de *Televisión Serrana* une expérience différente, c'est que le groupe s'est établi dans l'une des zones les plus isolées de l'île, dans la Sierra Maestra, très connue car la guérilla castriste s'y implanta à la fin des années cinquante. *Televisión Serrana* se concentre sur la situation sociale de la population paysanne et donne aux communautés locales la possibilité d'exprimer leurs préoccupations et attentes. Les lettres-vidéo envoyées par les enfants de la Sierra Maestra à d'autres enfants de Cuba et du monde sont l'une des activités les plus appréciées par la communauté.

Bien que la vidéo comme outil de communication participative pour le changement social n'en soit qu'à ses débuts, son potentiel est énorme, surtout en raison de la convergence prévisible avec les applications visuelles basées sur Internet. Si au niveau des expériences pour le changement social, le rapport quantitatif entre la vidéo et la radio est actuellement de un pour cinquante, cela pourrait changer rapidement dans les dix prochaines années, dans la mesure où la vitesse des connexions augmente et le coût de la mémoire sur disque dur diminue.

La vidéo jouit de divers avantages comparatifs qu'il est important de mentionner. Premièrement, les nouvelles technologies numériques la rendent plus accessible, plus facile à manipuler et plus compétitive avec les formats professionnels sur le plan de la qualité : la vidéo a cessé d'être le « parent pauvre » de la télévision. Deuxièmement, le potentiel d'utilisation de la vidéo dans le cadre d'un processus de dialogue interactif et le fait de disposer à la fin d'un produit audio-visuel constituent un énorme avantage. La possibilité de voir immédiatement ce qui a été filmé est l'une de ses plus grandes forces. Elle permet une participation continue et un feed-back immédiat. Cette dimension met l'utilisateur de la technologie et son sujet au même niveau. Troisièmement, selon l'adage bien connu « une image vaut mille mots », le pouvoir de l'image dans la communication est de plus en plus étendu. Les images sont synonymes de vérité (bien que nous sachions qu'en réalité ceci n'est pas tout à fait vrai) ; les contenus visuels ont un grand pouvoir d'attraction et de motivation. Enfin, la convergence avec des technologies Internet est très prometteuse.

LE THÉÂTRE : REPRÉSENTER LA VIE QUOTIDIENNE

Dans un monde dominé par les moyens de communication électroniques, où les squelettes métalliques des antennes de télévision peuvent se compter par milliers même dans les quartiers les plus pauvres et où le profil des paraboles des antennes satellites émerge même au milieu du désert, le théâtre communautaire a non seulement survécu, mais il joue de plus un rôle important dans la communication pour le développement.

Le théâtre, les marionnettes, la danse et la musique sont solidement enracinés dans les traditions culturelles et dans les expressions artistiques de nombreuses communautés de pays du Tiers monde. Il est très difficile d'imaginer une communauté qui ait oublié complètement ces formes de participation collective et de divertissement. Parfois, la tradition est simplement endormie, a été mise de côté pour répondre à d'autres urgences (comme par exemple la survie dans un monde *globalisé*), mais peut être réanimée quand il existe une nouvelle motivation. D'anciens habits traditionnels qui furent conservés à travers plusieurs générations sortent des coffres en bois où ils avaient été soigneusement gardés ; des masques et des mannequins de couleurs vives brillent de nouveau sous le soleil ; des tambours ou des marimbas artisanales ou *balafons* (la marimba d'Afrique occidentale) retrouvent leurs sons clairs. La tradition d'exprimer les histoires locales et les rêves d'une communauté à travers la musique, la danse ou le théâtre vit encore, même dans les endroits les plus isolés de la planète. Et c'est précisément pour cela que les projets de communication qui se nourrissent des formes traditionnelles d'expression ont beaucoup de chances de réussir.

Il y a plusieurs raisons de choisir le théâtre, les marionnettes ou la danse comme moyen de communication pour le développement pour encourager la participation communautaire. La première et la plus évidente, c'est que ces formes de communication existent déjà dans la communauté et sont très appréciées par la population. Deuxièmement, en dépit de la quasi omniprésence des mass-médias, leur contenu général aide bien peu les communautés à améliorer leurs conditions de vie et à mieux s'organiser. Si seulement la distraction n'était pas uniquement de la distraction … Au moins la radio, comparée à la télévision, fait un effort pour s'adresser aux communautés dans leurs propres langues, mais le contenu est fréquemment exogène et éloigné des nécessités locales et de l'identité culturelle locale en général. Nombre d'expériences de théâtre communautaire que nous connaissons furent créées parce que les mass-médias n'étaient pas accessibles ou parce qu'ils ne répondaient pas aux nécessités locales d'information et de communication.

Le réseau de théâtre populaire au Nigeria naquit pour la desserte des zones isolées du pays où même la radio nationale ou d'état, et encore plus la télévision, n'étaient pas accessibles. Au début des années quatre-vingt-dix, l'UNICEF comprit que les investissements dans des campagnes de radio et de télévision n'avaient pas une grande influence dans les zones du Nigeria où les communautés vivaient complètement isolées de tous les mass-médias électroniques. De plus, l'impact même de la stratégie de la radio et de la télévision dans le reste du pays était remis en question. La formation de petits groupes de théâtre sous la responsabilité des gouvernements locaux contribua à appuyer des activités d'éducation et de santé par des moyens de communication innovants utilisant les ressources locales les plus abondantes : les individus, la culture, la tradition et la langue. La prolifération des troupes de théâtre constitua un défi par son ampleur et son impact sur la population pouvait être évalué immédiatement grâce à l'application de la communication face-à-face. Les scripts sur les thèmes de santé les plus importants furent écrits et adaptés localement selon le contexte.

Au Népal, le *Teatro Aarohan* encourage des activités théâtrales communautaires depuis 1988. Bien que le groupe ne soit pas ancré dans une seule communauté, il a employé toute sa capacité technique à former des troupes de théâtre locales, qui à leur tour élaborent des scénarios et donnent des représentations encourageant la participation locale pour le changement social. Au fil des ans, *Aarohan* a formé un réseau d'une trentaine de groupes jusque dans les endroits les plus reculés du Népal.

Dans les zones du sud du Pacifique, des troupes de théâtre itinérantes se sont aussi formées pour le soutien de la participation communautaire et le changement social, tel *Wan Smolbag* dans les îles Salomon ou l'*Awareness Community Theatre* (ACT) en Papouasie, Nouvelle Guinée.

Le théâtre est aussi une ressource importante pour la promotion des changements sociaux dans les zones urbaines. Les exemples du *Teatro Kerigma* en Colombie, *Nalamdana* en Inde et le *Teatro Trono* en Bolivie, illustrent cette tendance. Le théâtre de rue épouse diverses formes, depuis le « one-man-show », comme les mimes, jusqu'aux représentations de troupes de théâtre plus organisées. Le *Teatro Trono* fut initialement fondé par des enfants et des jeunes de la rue dans la ville d'El Alto, une agglomération urbaine d'ouvriers aux alentours de La Paz. Avec le temps, le *Teatro Trono* devint un important groupe culturel et étendit ses activités vers d'autres aires urbaines de Bolivie.

Les marionnettes ont aussi été utilisées comme outils de communication pour le changement social, en particulier dans les pays d'Asie, comme l'Inde ou l'Indonésie. Dans les groupes de marionnettistes, on trouve une grande diversité de techniques et de thèmes, selon le public. Les adultes en bénéficient autant que les enfants.

Les marionnettes à fils, les marionnettes à gaine, les ombres chinoises et les mannequins articulés sont quelques-unes des techniques employées. Ces dernières années, les marionnettes animées par ordinateur furent introduites au cinéma et dans les programmes de télévision.

De nombreux groupes de marionnettistes concentrent leur travail sur la prévention du SIDA, parmi eux : *Marionnettes contre le SIDA* (*Puppets Against AIDS,* PAAN) en Namibie, en activité depuis 1995 ; *Dadi Pudumjee* en Inde, et *Nyanga Tshabalala* en Afrique du Sud. À Hong Kong, le groupe *Les enfants du quartier* (*The Kids on The Block*), met en scène des mannequins de grande taille pour éduquer les jeunes sur les problèmes de discrimination des enfants handicapés.

Certains marionnettistes utilisent la télévision pour accroître leur audience, bien que cela ait un impact sur la qualité de la perception et de la participation. Aux Philippines, le *Batibot Puppet Show* utilise la langue nationale, le tagal, pour aider des enfants préscolaires de familles à faibles revenus à développer des compétences et acquérir des valeurs à travers le divertissement. La série télévisée *Si Unyil Puppet* est diffusée depuis le début des années quatre-vingts en Indonésie. De même, le *Puppet Theatre* d'Ardeshir Keshavarzi (Iran) et *Uncle Sargam* de Farooq Qaisar (Pakistan), sont des programmes qui jouissent d'une grande popularité dans leur pays respectif. Il est difficile d'évaluer combien de ces spectacles de marionnettes poursuivent réellement des changements sociaux et combien prétendent simplement distraire les enfants.

Il est évident que l'incapacité de définir précisément l'audience audio-visuelle oblige les marionnettistes à aborder la culture et les contenus d'une manière générale plutôt que spécifique, sans pouvoir établir un dialogue avec le public.

La *Tente Lilas*, en Bolivie, est une expérience surprenante, qui se déroule sous un immense tente de cirque itinérant. Le projet aspire à promouvoir des changements positifs dans le comportement sexuel de la jeunesse bolivienne, et à faire de la prévention contre le SIDA et les maladies sexuellement transmissibles, en combinant activités éducatives et divertissement. La *Tente Lilas* a quelque chose de médiéval bien qu'elle emploie des techniques éducatives modernes. Où qu'elle s'installe, elle capte immédiatement l'attention de toute la communauté. Hors de la tente, les gens ont la possibilité d'assister à des projections de documentaires vidéos sur des thèmes de santé, à des représentations de marionnettes ou à des veillées musicales. Sous le chapiteau, les visiteurs participent à diverses activités et jeux éducatifs. Bien que financé par l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) et mis en œuvre avec l'appui technique du centre de communication de l'Université Johns Hopkins à Baltimore, le projet a innové bien au-delà du modèle consacré de marketing social.

Le théâtre et les marionnettes comme outils de communication participative pour le changement social ont aussi des avantages comparatifs, en particulier lorsqu'il s'agit de représentations en direct qui ne sont pas « filtrées » par la télévision. Premièrement et avant tout, il y a l'avantage de l'adaptation au contexte culturel, surtout quand l'activité est organisée par des groupes locaux. Les valeurs traditionnelles sont préservées et renforcées, et la communication dans des langues locales contribue au processus de participation communautaire. Le deuxième avantage réside dans la rentabilité et la possibilité d'avoir un effet immédiat et mesurable sur l'audience. Troisièmement, on a l'avantage d'établir un dialogue spontané qui peut découler sur un processus d'apprentissage, tant pour le public que pour la troupe de théâtre. Enfin, le facteur divertissement, qui est un véhicule idéal pour exprimer les contenus, permet la canalisation de l'énergie du public, qui, par la surprise et le rire, est dirigé vers un processus de compréhension et de participation.

INTERNET : MODÈLE À CONSTRUIRE

Bien qu'il soit fréquemment perçu comme l'« avenir » de la communication, Internet représente un « présent » dont les avantages potentiels en faveur des changements sociaux restent à définir.

En raison de sa nature de produit de la recherche scientifique et de son développement dans les milieux intellectuels, Internet a reçu une plus grande attention de la part des secteurs académiques que n'importe quel autre moyen de communication pour le développement. Bien que les expériences concrètes utilisant Internet comme outil du changement social datent d'il y a à peine deux ou trois ans, le nombre d'évaluations et d'études réalisées va bien au-delà de cette réalité. Le désir de faire d'Internet un instrument générateur du développement et de changements dans la société a conduit à de nombreuses suppositions et idéalisations. On a beaucoup dit sur ses avantages, alors qu'en vérité, tout est encore à découvrir dans le champ concret de l'expérience. D'une certaine manière, la course pour définir sur le papier (en réalité, surtout par courrier électronique ou sur des pages Web) ce qu'Internet devrait être est une réaction légitime lorsque l'on constate qu'Internet est *déjà* quelque chose qui ne correspond pas à ce que l'on voudrait qu'il soit.

L'évolution même d'Internet est surprenante. Ce fut d'abord un projet militaire parrainé par les organismes de sécurité nationale des États-Unis, puis un instrument noble qui favorisait la démocratie par l'échange d'informations et finalement un gigantesque supermarché virtuel. Tout d'abord, les militaires perdirent le contrôle d'Internet au profit des magiciens de l'ordinateur et de la communauté scientifique ; ce fut ensuite aux universitaires bien intentionnés de commencer à perdre du terrain, au profit de la mondialisation et de la publicité.

Le constat de ce qu'Internet représente actuellement pour les sociétés dans les pays en voie de développement nous offre un panorama plutôt sombre. Les États-Unis disposent d'autant d'ordinateurs que le reste du monde. La moitié des utilisateurs d'Internet se trouve aux États-Unis, près de 25 % en Europe et seulement 12 % à 13 % en Asie. Bien que 23 % de la population mondiale vive dans le sud de l'Asie, elle représente seulement 1 % des utilisateurs d'Internet. L'utilisateur type d'Internet est de sexe masculin, a moins de 35 ans, possède un diplôme universitaire et des revenus élevés, vit en ville, parle anglais et appartient à une minorité favorisée. Dans un monde où cohabitent des milliers de langues et de cultures, l'information qui circule sur le Web est à 90 % en anglais. Les dix autres langues les plus parlées dans le monde sont très peu représentées dans les 10 % restant, notamment l'espagnol, qui compte plus de locuteurs dans le monde que l'anglais.[6] Le constat est similaire en termes de contenus. Les sites Web des États-Unis dominent largement avec des informations adaptées surtout aux utilisateurs américains. Un paysan indien ou une ouvrière brésilienne, pour ne mentionner que deux pays très peuplés du Tiers monde, trouveront peu d'informations qui les concernent sur le Web, même si il ou elle peut se débrouiller correctement en anglais.

On pourrait dire la même chose de la télévision. La télévision par câble et par satellite a bouleversé le paysage télévisuel mondial. Un même concept de télévision, la même information, les mêmes films et documentaires, les mêmes campagnes publicitaires sont disponibles (ou imposés) à travers l'Asie, l'Afrique, l'Amérique latine, l'Europe et l'Amérique du nord. Fréquemment, les mêmes réseaux de télévision, y compris d'ailleurs leurs sites Web, sont disponibles en espagnol, en portugais ou en japonais, mais avec des contenus qui ne ne diffèrent en rien de l'original.

La vidéo pour le changement social est un phénomène nouveau qui s'est démarqué clairement de la télévision commerciale. Cela n'est pas encore le cas pour Internet. Il n'existe qu'un seul Internet et il est majoritairement commercial. Quant à son utilisation sociale, qui jusqu'à présent se limite à semer des ordinateurs dans des zones auparavant dépourvues même de téléphone et d'électricité, les modèles proposés sont confus et peu définis.

Trop d'initiatives très différentes reçoivent les mêmes noms, au point qu'on ne sait plus ce qu'est un « télécentre » dans sa dimension sociale. Beaucoup sont simplement des « cybercafés » pour étudiants de la classe moyenne privilégiée ou pour touristes qui visitent les pays en voie de développement. Certains des centres installés dans les zones rurales ne sont rien d'autre que des entreprises commerciales qui fournissent des services de communication à ceux qui n'y avaient pas accès auparavant, ce qui en soit n'est une si mauvaise chose. Les télécentres ruraux ou les cabines publiques d'accès à Internet se sont

donnés des moyens pour obtenir l'extension de lignes téléphoniques ou des connexions par radio et par satellite, ce qui profite sans nul doute aux utilisateurs des communautés qui visitent ces centres généralement pour utiliser le téléphone plus qu'Internet. L'accès aux nouvelles technologies s'est beaucoup amélioré, mais on ne sait pas encore dans quelle mesure cet accès peut contribuer au développement et aux changements sociaux nécessaires à la société, ou s'il s'agit simplement de nouveaux jouets à la mode.

Beaucoup s'accordent à dire que l'introduction de nouvelles technologies contribue à élargir l'abîme entre riches et pauvres, comme cela se produisit dans les années soixante avec les programmes de « modernisation ».

> Bien que l'on ait obtenu un certain succès avec les programmes d'extension agricole, sanitaire, nutritionnelle ou éducative, les principaux bénéficiaires ont été les classes favorisées de la société. Il y a peu de manifestations de l'effet boule de neige tant espéré par les classes les plus défavorisées. On pensait par exemple que la diffusion d'innovations amènerait la *Révolution verte* mais elle finit par profiter seulement aux fermiers et propriétaires terriens les plus riches. […] De fait, le fossé de connaissance entre riches et pauvres s'est creusé encore dans la mesure où les élites ont obtenu un meilleur accès aux moyens d'information de masse.[7]

Cependant, les nouvelles technologies n'effraient plus personne. Les habilités techniques requises ne constituent pas une barrière pour les gens pauvres, voire analphabètes, qui ont la possibilité d'y accéder. La manipulation d'un ordinateur n'est pas un obstacle dans le Tiers monde. Des expériences comme celle d'El Limón dans un petit village de République dominicaine, ou l'expérience « le trou dans le mur » en Inde, montrent que les gens, sans contact préalable avec la technologie de l'informatique, peuvent rapidement se débrouiller avec la souris et le clavier.

« Le trou dans le mur » est une expérience particulièrement illustratrice et intéressante, développée par Sugata Mitra de l'institut NIIT (une multinationale spécialisée dans les technologies de l'information et le commerce en ligne) en Inde : il encastra un écran d'ordinateur et un manette de contrôle dans le mur d'un bidonville. Quelques minutes plus tard, les enfants commencèrent à jouer avec ce mystérieux objet, ils découvrirent comment fonctionnaient les liens hypertexte, et, en une semaine, ils réussirent à écrire quelques mots sans clavier, ils apprirent à déplacer des documents d'un endroit à un autre et à naviguer sur Internet. Bien entendu, jouer avec la boîte magique n'est pas la même chose qu'utiliser les avantages d'Internet pour trouver

des informations pertinentes et utiles. Le Web n'offre pas encore de réponses à leurs besoins sociaux et culturels.

Il ne sera pas facile de modeler, au moins en partie, Internet de façon à ce qu'il serve les objectifs du développement, de la démocratie, des changements sociaux et de l'identité culturelle à travers un processus participatif, mais nombreux sont ceux qui se démènent pour que cela soit possible. Les quelques projets utilisant Internet qui ont été sélectionnés dans ce rapport constituent une tentative de développement d'une masse critique de connaissances et d'expériences, qui, finalement, contribuera à une utilisation des nouvelles technologies orientée vers le social.

La convergence entre radio et Internet mentionnée plus haut est un exemple intéressant du type de symbiose que peuvent offrir les nouvelles technologies. Non seulement les radios communautaires se renforcent en élargissant leur portée vers d'autres latitudes, mais Internet aussi s'enrichit de l'expérience participative qui a tant contribué aux changements sociaux de ces cinquante dernières années. Le réseau *Pulsar* en Amérique latine, ainsi que la *Radio Kothmale* au Sri Lanka et le *Réseau de radios locales* en Indonésie sont quelques exemples représentatifs de cette tendance.

Le réseau Internet offre de meilleures possibilités de réussite comme outil pour le développement et pour la participation s'il est lié aux expériences de communication et d'information déjà existantes. Le *Système d'information rural* (*InfoDes*) au Pérou a pris ce facteur en considération pour mettre en place son système informatique dans les bibliothèques communautaires créées il y a trente ans dans les zones rurales de la province de Cajamarca. En Colombie, Colnodo a aidé les ONG et les organisations communautaires à construire leurs propres sites Web pour partager avec d'autres la mine d'informations qu'il possède. Ces dernières années, d'autres projets similaires se sont mis en place : *Ecuanex* (Équateur), *Cabines publiques* (Pérou), et *Connectons-nous au futur* (El Salvador). Aussi bien *Colnodo* qu'*InfoDes*, ainsi que *Radio Kothmale* au Sri Lanka, mettent l'accent sur la nécessité de développer localement des bases de données qui puissent faire d'Internet un instrument utile pour les communautés, et non pas éloigné des réalités locales. La réalisation de sites Web, si possible dans les langues locales, pourrait catalyser un intérêt nouveau pour Internet et encourager une plus grande participation communautaire.

En Inde, la *Fondation de recherche M.S. Swaminathan* (*M.S. Swaminathan Research Foundation*) mène un projet expérimental dans les villages de Pondichéry, à quelques 160 kilomètres au sud de Chennai (appelé auparavant Madras), où la moitié de la population vit en-dessous du seuil de pauvreté, avec des salaires inférieurs à un dollar par jour. Le projet, appelé « Centre de connaissance pour la sécurité alimentaire durable », fut conçu pour fournir des informations à la

population rurale, selon ses besoins et ses demandes, utilisant en même temps la technologie numérique sans fil et des connexions directes à Internet. L'information, en particulier celle liée aux femmes et aux enfants, est adaptée aux nécessités locales. On mit à la disposition des familles rurales un répertoire d'informations concernant les projets gouvernementaux, les thèmes de santé, le prix des produits agricoles, les événements publiques, les horaires des moyens de transport locaux, les programmes d'assurances pour les récoltes, et les listes d'hôpitaux et de médecins.

Le lien entre Internet et des projets concrets de développement social est une autre condition importante de succès. Le Bangladesh surprend toujours tout le monde par les initiatives des plus créatives. Les bailleurs de fonds sont aussi en général satisfaits de voir qu'elles se développent presque toutes « sur une grande échelle », étant données la dimension du pays et la densité de sa population. Bien que des programmes aussi grands que le Comité d'avancement rural du Bangladesh (*Bangladesh Rural Advancement Committee*, BRAC) ou la Grameen Bank ne soient pas faciles à reproduire dans d'autres pays, il est certain qu'ils offrent une information de référence très utile et abondante.

Bien qu'il ne soit pas lié directement à Internet (du moins dans sa phase actuelle), le projet mis en place par la Grameen Bank, le *Système de téléphones communautaires* (*Village Phone System*) utilise la téléphonie cellulaire sans fil pour fournir un accès même dans les villages les plus isolés du pays. Le projet, doté d'une composante commerciale et d'un objectif de changement social, est étroitement lié au système de crédit de la Grameen Bank déjà en place, ce qui en facilite de nombreux aspects. Les téléphones sans fil sont vendus à très bas prix à des opérateurs préalablement sélectionnés, en majorité des femmes, qui auront la responsabilité de l'administration des *Téléphones communautaires*. Les tarifs très accessibles ont été uniformément établis pour éviter la spéculation ; les opérateurs peuvent ainsi payer tous les mois la facture de téléphone à la compagnie de téléphone (Grameen Telecom) et leurs mensualités à la banque et obtenir une marge bénéficiaire pour leur famille.

En Afrique, il y a d'autres exemples d'accès à Internet dans les zones rurales. L'un d'eux, le *Télécentre communautaire à but multiple de Nakaseke* (*Nakaseke Multi-Purpose Community Telecentre*), en Ouganda, est particulièrement intéressant. Quatre unités similaires furent mises en place conjointement par un projet de l'UNESCO, de l'Association internationale des télécommunications (*International Telecommunications Union*, ITU), et du Centre international de recherche sur le développement (*International Development Research Centre*, IDRC) au Mozambique, en Tanzanie, au Mali et au Bénin. Toutes offrent un accès aux ordinateurs et à Internet, au fax et à la photocopieuse, à une

bibliothèque élémentaire, à des projections de vidéo, à des publications périodiques, à des enregistrements audio et à des sessions d'écoute communautaire. Les principaux utilisateurs de *Nakaseke* sont les femmes, les jeunes, les enseignants, les étudiants et les dirigeants locaux.

L'utilisation passive d'Internet peut seulement contribuer au développement d'un monde de plus en plus homogénéisé et mondialisé, un gigantesque marché avec beaucoup de consommateurs et peu de producteurs. Le seul moyen d'explorer le potentiel d'Internet est d'occuper des espaces et d'ouvrir des fenêtres pour les utilisateurs locaux.

Les avantages comparatifs d'Internet et des nouvelles technologies se voient très bien sur le papier. Cependant, les défis sont encore plus grands pour arriver à ce qu'Internet devienne un instrument utile dans des lieux où il n'y a même pas encore d'eau potable, et encore moins d'électricité. La technologie sans fil et la convergence avec la radio et la télévision montrent la voie à suivre. Mais la technologie en elle-même ne peut constituer une réponse adéquate si la culture et l'identité n'occupent pas le centre de la discussion. Quand une nouvelle technologie est introduite dans un champ social différent, ce n'est pas seulement la technologie que l'on transfère, mais aussi son utilisation sociale, ainsi qu'une série d'hypothèses et de pratiques qui ont émergé dans un autre contexte et pour d'autres nécessités.

QUELLE EST LA QUESTION ?

« Si la communication communautaire est la réponse, alors quelle est la question ? ».[8] Cette question nous ramène à nos observations initiales sur le développement et la participation. La *réponse* fait partie du dialogue qui doit s'établir entre tous les intervenants impliqués dans un processus de développement qui poursuit des changements sociaux. La seule absence de ce dialogue justifie déjà la nécessité d'initiatives de communication participative où la communauté acquerrait les moyens d'exprimer des opinions sur ses problèmes, sur son présent et sur son avenir.

L'histoire de la coopération internationale pour le développement est infestée d'anecdotes embarrassantes qui mettent en évidence les extrêmes auxquels on peut arriver en l'absence de communication : des agents de développement incapables d'exprimer leurs recommandations techniques et les soi-disant bénéficiaires dans l'impossibilité de communiquer leur propre point de vue. Un simple exemple capture l'essence de l'immense malentendu : fréquemment, dans les campagnes de santé destinées à limiter les maladies causées par l'eau polluée, on conseille aux femmes de « faire bouillir l'eau » avant de la boire. Cette consigne, qui peut paraître très concrète, facile à comprendre et logique à tout point de vue, symbolise en réalité le manque de sensibilité culturelle qui caractérise souvent les projets de développement.

On continue de diffuser des milliers de messages de radio et de télévision avec la consigne « faites bouillir l'eau » dans les pays du Tiers monde, sans se préoccuper de leur impact. Une animatrice de radio de Mexico s'exprime ainsi à ce sujet : « Au micro, je dis aux femmes de faire bouillir l'eau, mais je sais qu'elles ne vont pas le faire, parce qu'elles n'ont pas de combustible, elles n'ont pas de bois de feu ».[9] Sans même parler des conséquences regrettables de l'eau polluée, 80 % des femmes dans les zones rurales de la planète utilisent du petit bois pour cuisiner, et quand elles doivent marcher tous les jours au moins cinq kilomètres pour trouver du petit bois, *faire bouillir l'eau* n'est pas précisément une priorité.

« Si la communication communautaire est la réponse, alors quelle est la question ? » La réponse pourrait être : « La réponse est la question ». Si les questions étaient discutées plus souvent avec les communautés, si un dialogue permanent et sans exclusion était établi entre les acteurs impliqués dans le développement, il ne serait même pas nécessaire de poser la question.

Les questions et les réponses aux initiatives de communication doivent être élaborées avec la communauté. De quelle sorte de communication, le cas échéant, la communauté a-t-elle besoin ? Quel est le système de communication traditionnel de la communauté ? Quel genre d'outils de communication la communauté peut-elle assumer, non seulement du point de vue du financement mais aussi du point de vue de la technologie et de l'appropriation sociale d'un nouveau moyen de communication ? L'investigation participative devrait contribuer à l'exploration de ces questions et soutenir la communauté dans la recherche de réponses.

Un processus dialectique pourrait, de plus, contribuer à démystifier la perception selon laquelle la communauté est un univers social homogène. Il faut démystifier la vision idéalisée d'une communauté complètement unie par son destin, son histoire et sa culture. Toute société ou communauté est composée de strates sociales et a des intérêts divergents. Quoiqu'à des degrés divers, toute communauté, urbaine ou rurale, a ses riches et ses pauvres, ses hommes politiques et ses artistes, ses leaders religieux et ses idots du village. L'univers culturel est complexe et il évolue constamment. Les recettes toutes faites ne fonctionnent pas et l'assistance technique est valable seulement à travers un dialogue et une communication permanents. Les experts en développement vont et viennent, et l'expert idéal, selon Manuel Calvelo[10], « doit passer par ces étapes : indispensable, nécessaire, utile et, une fois que les objectifs initiaux sont remplis, superflu ».

LE PROFIL DE LA COMMUNICATION PARTICIPATIVE

Il n'existe pas de modèle idéal pour la communication participative, et chacune des histoires synthétisées dans ce rapport confirme le caractère unique de chaque expérience, autant par ses aspects positifs que négatifs. Toutes ont dû faire face à des obstacles et beaucoup ne sont pas arrivées au point où les contributions extérieures cesseraient d'être nécessaires. Nous tirons des leçons sur les mérites et défaillances de ces expériences en les plaçant côte à côte comme les pièces d'un puzzle ; non pas parce qu'à la fin de ce processus, nous pensons obtenir un modèle complet et valable dans n'importe quelle circonstance, mais parce que de la diversité des expériences, nous pourrons extraire certaines pièces pour commencer un nouveau puzzle.

S'il n'est pas possible, ou nécessaire, de décrire un modèle idéal, il y a des caractéristiques communes de la communication participative que nous aimerions voir plus souvent dans les projets et initiatives qui se disent participatifs.

Communication et participation sont en réalité deux faces de la même médaille. Étymologiquement, le mot latin *communio* nous renvoie à l'idée de participation et de partage. Les langues modernes ont accordé de nouvelles significations au mot *communication*, souvent confondu avec le mot information. Tout aussi importante est la confusion, surtout en anglais, entre le singulier *communication*, c'est-à-dire l'acte ou le processus de communiquer, et le pluriel *communications*, qui se réfère aux moyens technologiques de transmission des messages, des ordres, etc.

Quand il s'agit de définir le profil de la communication participative, il est très important d'avoir à l'esprit les conséquences politiques de la participation, surtout de la participation communicative dans les processus de développement :

- **Un problème de pouvoir.** La démocratisation de la communication est au cœur du thème du pouvoir. Les approches participatives contribuent à placer la prise de décisions entre les mains du peuple ; de plus, cela consolide la capacité des communautés à confronter leurs idées sur le développement avec le personnel technique et les planificateurs. Au sein même de la communauté, cela contribue au renforcement d'un processus démocratique interne.
- **Un problème d'identité.** La communication participative contribue à renforcer l'estime de soi et la fierté de sa culture, en particulier dans les communautés qui ont été marginalisées, réprimées ou simplement négligées pendant des années. Elle resserre le tissu social en renforçant les organisations communautaires. Elle protège la tradition et les valeurs culturelles en même temps qu'elle facilite l'intégration de nouveaux éléments.

Les principales composantes qui caractérisent la communication participative sont liées à sa capacité d'intégrer les hommes-sujets du changement social dans le processus de communication. Le cadre théorique de la communication participative doit beaucoup à Paulo Freire. Ses livres[11] révolutionnèrent non seulement le monde de l'éducation, mais aussi la communication pour le changement social.

D'autres modèles de communication pour le développement qui furent mis en œuvre en particulier autour des thèmes de santé, échouèrent souvent dans leur tentative d'organiser leurs stratégies et leurs valeurs faute de tenir compte de la perspective des communautés bénéficiaires.

Les thèmes suivants sont quelques-uns de ceux qui séparent la communication participative d'autres stratégies de communication pour le développement dans la recherche du changement social :

- **Horizontal vs. vertical.** Les bénéficiaires en tant qu'acteurs dynamiques, participent activement au processus de changement social, prenant le contrôle des instruments de communication et de leurs contenus ; au lieu d'être perçus comme de simples récepteurs passifs d'informations et d'instructions qui modifient leur comportement, tandis que d'autres prennent des décisions sur leur vie.
- **Processus vs. campagne.** Les communautés prennent leur avenir en main à travers un processus de dialogue et de participation démocratique dans la planification des activités de communication ; au lieu d'avoir des campagnes publicitaires verticales, chères et éphémères, qui déchaînent les mobilisations sociales mais ne contribuent pas à construire une capacité de réponse aux besoins sociaux de la communauté.
- **Long terme vs. court terme.** La communication et le développement en général sont conçus comme des processus de longue haleine qui requièrent un certain temps avant que la communauté ne se les approprie ; au lieu d'être des plans à court terme, qui prennent rarement en compte le contexte culturel et cherchent plutôt à montrer des « résultats » dans les rapports annuels.
- **Collectif vs. individuel.** Les communautés urbaines et rurales agissent collectivement dans l'intérêt de la majorité, évitant que le pouvoir ne soit monopolisé par quelques-uns ; au lieu de contribuer, par des actions destinées à des individus, à leur détachement de la communauté et de la prise de décision communautaire.
- **Rechercher avec vs. pour.** Faire des recherches, concevoir et diffuser des messages avec la participation de la communauté ; au lieu de concevoir, tester, et évaluer des messages qui sont conçus pour la communauté, mais qui lui sont étrangers.
- **Spécifique vs. général.** Adapter le processus de communication à chaque communauté ou groupe social en termes de contenu, de langage, de culture et de moyens ; au lieu d'utiliser les mêmes techniques, les mêmes moyens et les mêmes messages dans des contextes culturels différents et pour tous les groupes sociaux qui composent la société.
- **Besoins du peuple vs. impératifs des bailleurs de fonds.** Établir un dialogue dans la communauté sur les instruments de communication appropriés pour aider à identifier, définir et faire la différence entre les besoins ressentis et réels ; au lieu d'initiatives de communication guidées par les nécessités et impératifs des bailleurs de fonds (planning familiale par exemple).
- **Appropriation vs. accès.** Développer un processus de communication dont le peuple « s'approprie » pour permettre l'égalité des chances de la communauté ; au lieu d'un accès conditionné par des facteurs sociaux, politiques ou religieux.
- **Prise de conscience vs. persuasion.** Encourager un processus de prise de conscience et de profonde compréhension de la réalité sociale, de ses problèmes et solutions ; au lieu de mécanismes de persuasion qui induisent des changements de comportement à court terme mais qui sont seulement durables du fait de campagnes répétées.

Aucune des expériences sélectionnées pour ce rapport n'a un profil qui intègre toutes les forces de la communication participative signalées ci-dessus, mais toutes contribuent, à des degrés divers, à esquisser un profil collectif qui donne un espoir quand à l'avenir de la communication, de la participation et des changements sociaux.

NOTES

[1] De l'anglais case stories, une version compacte des « études de cas » (note du traducteur).

[2] Shirley A. White : « The concept of participation : transforming rhetoric to reality », dans *Participatory Communication : working for change and development*. SAGE Publications, 1994.

[3] Traduit de : *La Formación de los Comunicadores para el Desarrollo*, par Manuel Calvelo.

[4] Ces dernières années malheureusement, de nouvelles radios sont apparues, dirigées par d'obscures confessions religieuses, en majorité évangéliques, qui contribuent exactement à l'inverse : elles divisent et manipulent les populations, affectant le tissu social et culturel des communautés.

[5] Johan Deflander, de PANOS Mali, dans : http://www.rnw.nl/realradio/community/html/panos281198.html

[6] Selon la revue *Ethnologue* (février 1999) : 885 millions de personnes parlent le mandarin, suivies de 332 qui parlent l'espagnol, 322 l'anglais, 189 le bengali, 182 l'hindi, 170 le portugais, 170 le russe, 125 le japonais, 98 l'allemand et 77 millions qui parlent wu.

[7] « Communication Approaches to Participation and Development : Challenging the Assumptions and Perspectives » par Keval J. Kumar, dans *Participatory Communication : working for change and development*. SAGE Publications, 1994.

[8] Alfred E. Opubor, du New Africa International Network (Zimbabwe), lors du séminaire de l'UNESCO Promoting Community Media in Africa, Kampala, juin 1999.

[9] Lucila Vargas, *Social uses and radio practices : the use of participatory radio by ethnic minorities in Mexico*. Westview Press, 1995, Boulder (USA).

[10] Manuel Calvelo est l'un des communicateurs les plus créatifs en Amérique latine, sa philosophie sur la communication participative est à la base d'expériences importantes comme le *CESPAC* (Pérou) et *PRODERITH* (Mexique).

[11] « La educación como práctica de la libertad » (1967), *Pedagogía del oprimido* (1970), *¿ Extensión o comunicación ?* (1973).

RADIO SUTATENZA



Colombie

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Sutatenza — Escuelas Radiofónicas
PAYS :	Colombie
OBJECTIFS :	Alphabétisation, éducation informelle
LIEU :	Bogota, Medellin
BÉNÉFICIAIRES :	Environ 8 millions d'adultes illettrés
PARTENAIRES :	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)
FINANCEMENTS :	General Electric Corporation, Misereor, United States Agency for International Development (USAID), Banque mondiale, Banque interaméricaine de développement (BID)
MÉDIAS :	Radio, supports imprimés

ANECDOTES

De la place de Sutatenza, on domine un immense paysage de collines vertes, marquées ici et là par les taches blanches d'autres villages, chacun avec son clocher d'église. Le paysage se déroule à perte de vue, crête après crête, chacune plus haute que la précédente, jusqu'à ce que l'horizon se perde derrière une chaîne de montagnes très hautes, majestueuses, obscures et mélancoliques. […]

Aujourd'hui encore, la route pour aller à Sutatenza n'est toujours pas pavée et pleine de fondrières, alors en août 1947, c'était affreux pour le bus bruyant et peint de toutes les couleurs que de grimper vers le village. Salcedo se trouvait parmi ses passagers. Assis parmi les paysans en ponchos, et avec leurs paniers de produits de la ferme, poulets et autres, il semblait venir d'un autre monde. Il était très grand, d'un teint pâle hérité de ses ancêtres anglo-saxons. […] De pénétrants yeux noirs se détachaient de ses traits anguleux, et il avait toujours cette expression intense d'un homme qui a une mission qu'il accomplira quoi qu'il arrive.

Salcedo arriva à Sutatenza avec son projecteur de films 16-millimètres et, environ un mois plus tard, un émetteur radio amateur rudimentaire suivit, construit par son frère. Sutatenza était une communauté d'environ 8 000 personnes, dont la plupart vivaient dans des fermes isolées, éparpillées le long des versants de la vallée, loin du village. Salcedo avait été envoyé à Sutatenza comme assistant du prêtre du village qui était un ecclésiaste très traditionnel. Ses activités premières étaient de s'assurer que les coffres de son église étaient continuellement remplis et de sermonner sa congrégation durant les interminables prêches du dimanche, qu'il parsemait d'expressions latines et grecques pour montrer son érudition à ses ouailles ignorantes.

Salcedo devait rapidement se fâcher avec son supérieur. Un dimanche, peu après son arrivée, le prêtre l'invita à prêcher. Salcedo accepta mais une fois en chaire, dit à la congrégation qu'il n'avait pas l'intention de leur faire un sermon, mais voulait plutôt ouvrir le dialogue avec eux sur la manière d'améliorer les conditions de vie de la communauté. […] Les plus hardis de la congrégation commencèrent à parler des problèmes. […] Salcedo proposa qu'ils se réunissent pour construire un théâtre, il fournirait le projecteur et les films. […] La réaction fut littéralement enthousiaste.[…] — Extraits de *The One that Died — Radio Sutatenza and ACPO*, par Colin Fraser et Sonia Restrepo-Estrada.

DESCRIPTION



Radio opérateur amateur, Salcedo savait que la radio était le moyen le plus efficace d'apporter des messages éducatifs aux adultes des zones rurales les plus reculées de la Colombie. Son rêve se réalisa lorsque *Radio Sutatenza* commença les diffusions éducatives en utilisant un émetteur de 90 watts. Il effectua des tests de transmission pendant près d'un mois jusqu'en octobre lorsqu'il obtint une licence temporaire de diffusion et le préfixe « HK7HM » du Ministère des Communications de la Colombie. Le 16 octobre 1947, le premier programme culturel était diffusé : de la musique jouée par les fermiers de Sutatenza. Ainsi était née *Radio Sutatenza*. Elle reçut immédiatement une grande attention de la part de tous les secteurs de la société. Le Président de la Colombie lui-même inaugura officiellement la station début 1948, et le Pape Paul VI la visita en août 1968 et bénit ses nouveaux locaux à Bogota.

À l'origine, « Le professeur invisible », le Père José Salcedo, diffusait dans sa paroisse avec son émetteur fait maison. Le gouvernement fournit une licence légale pour opérer en 1949, et très vite *Radio Sutatenza* diffusait des programmes éducatifs et culturels sur un rayon de 1 000 km.

Au début, il n'y avait que quelques récepteurs à pile, mais le public grandit rapidement et avec lui *Radio Sutatenza*. En 1948 déjà, la General Electric Corporation faisait don d'un émetteur de 250 watts et de 100 radiorécepteurs. La compagnie américaine continua à soutenir l'expérience pendant les années suivantes. Un nouvel émetteur de 1 000 watts et 150 radiorécepteurs supplémentaires furent donnés ainsi que des antennes et d'autres accessoires.

Radio Sutatenza déménagea finalement à Bogota, ajouta des émetteurs pour répondre aux besoins régionaux et devint la station de radio la plus puissante en Colombie, couvrant d'autres villes importantes comme Cali, Barranquilla, Magangue et Medellin. Salcedo dirigeait l'un des programmes radio d'éducation pour adultes les plus importants du monde. À son apogée, l'organisation comptait un millier d'employés. Les fonds provenaient d'Allemagne et de groupements de l'Église catholique en Europe. Finalement, des institutions financières comme la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement y participèrent aussi.

La station était devenue une partie intégrante du programme Action culturelle populaire (ACPO), qui fut créé pour l'extension des activités de l'éducation à distance afin de donner aux huit millions d'adultes ruraux de la Colombie les moyens d'assumer la responsabilité de leur propre développement. *Radio Sutatenza* avait pour but d'atteindre les populations avec un programme d'instruction basé sur cinq notions essentielles : la santé, l'alphabet, le calcul, le travail et la spiritualité. Les thèmes du programme comprenaient l'hygiène et les soins de santé de base, l'apprentissage de la lecture et de l'écriture, l'augmentation de la productivité et la reconnaissance de la dignité de la personne.

Les activités de la station étaient soutenues et renforcées par un journal imprimé appelé *El Campesino*, ainsi que par des bibliothèques rurales, des écoles et des programmes de formation pour les fermiers. Il y avait d'autres publications comme *Cartilla Básica* (Connaissance de base de l'alphabet et du calcul) ; *Nuestro Bienestar* (Notre santé) ; *Hablemos Bien* (Parlons bien) ; *Cuentas Claras* (Comptes clairs) et *Suelo Productivo* (Terre productive).

Radio Sutatenza travaillait simultanément avec deux formats de programmation différents. Le programme « A », un format général mêlant divertissement et couverture sportive à messages éducatifs ; et le programme « B » concentré sur l'instruction avec des diffusions fréquentes et répétées de leçons destinées aux étudiants.

Vers 1990, *Radio Sutatenza* rencontra des problèmes financiers et administratifs. La station fut fermée et la plupart des services furent vendus au réseau commercial Caracol de Colombie.

ORIGINES ET CONTEXTE

La vallée Tenza est une aire fertile, subtropicale dans le département de Boyaca.

> En réalité, « vallée » n'est pas le terme exact. […] la vallée Tenza est un chaos topographique. C'est un enchevêtrement de collines et de crêtes, de vallées sinueuses et en pente, reliées seulement par un ruisseau qui coule vers l'est. Tout en haut, sur le versant au-dessus de l'une des vallées de ce bassin hydrographique, ressort l'éclat blanc d'un village appelé Sutatenza. — Extraits du livre de Fraser et de Restrepo.

Près de 80 % des paysans de Sutatenza étaient illettrés en 1947. L'alcoolisme était la cause de fréquentes scènes de violence parfois mortelles. La communauté était totalement isolée du reste du monde : ni radio, ni cinéma, et ni aucune autre distraction que de se saouler tous les dimanches.

Le 23 août 1947, un jeune prêtre, José Joaquin Salcedo Guarin, arriva à la paroisse de San Bartolomé de Sutatenza. Il y trouva une communauté profondément touchée par l'ennui et l'alcoolisme. Immédiatement, il proposa aux habitants des lieux de construire une salle de cinéma et il offrit son projecteur 16 mm et quelques films. Comme à cette époque la majorité des paysans ne savait ni lire ni écrire, il leur proposa des activités éducatives. Très vite, il organisa un club d'échecs, des événements musicaux et des championnats de football et de basket-ball.

Il commença à passer les films en plein air sur la place du village, le temps qu'on trace les plans pour construire le centre culturel. Le centre fut construit en quelques semaines avec la contribution et la participation active de la communauté ; 1 400 poules furent données et vendues à Bogota pour acheter les matériaux nécessaires à sa construction. Salcedo commença ensuite à émettre des programmes radio grâce à son émetteur artisanal de 90 watts. *Radio Sutatenza* était née.

IMPACT SOCIAL

Quand Salcedo installa son émetteur artisanal et émit le premier programme de la toute nouvelle *Radio Sutatenza*, personne n'aurait pu imaginer que, pendant les vingt années suivantes, bien d'autres allaient suivre son exemple au Chili, au Brésil, au Pérou et dans bien d'autres pays du monde entier.

Bien que *Radio Sutatenza* n'ait pas été très longtemps une expérience de communication à l'échelle communautaire, le fait d'avoir été la première en son genre lui confère un grand mérite. Son approche multimédia a été une telle réussite qu'elle a largement inspiré d'autres expériences similaires en Asie, en Afrique et en Amérique latine.

La station fut pionnière dans l'utilisation de la radio pour des objectifs éducatifs, en particulier dans l'éducation d'adultes ruraux, les paysans pauvres. En dépit de son origine modeste, *Radio Sutatenza* devint rapidement un acteur majeur dans la lutte contre l'analphabétisme en Colombie.

Salcedo réussit à démontrer qu'une éducation critique est un moyen adéquat pour la pleine participation des paysans et des populations rurales dans des conditions d'égalité au développement et au maintien des valeurs sociales de justice, d'équité et de démocratie.

À la fin de sa vie, *Radio Sutatenza* avait réussi à émettre plus d'un million et demi d'heures de programmation. En plus de cet effort, ACPO imprima un total de 76 millions d'exemplaires d'*El Campesino*, distribua plus de dix millions de livres et forma 25 000 leaders paysans et promoteurs ruraux.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Radio Sutatenza fut pionnière dans la promotion des idéaux de ce que l'on appela dès lors « l'éducation intégrale fondamentale », un concept qui souligne la nécessité d'aider les gens à assumer la responsabilité de leur développement, à reconnaître leur potentiel pour progresser et à identifier la valeur de leurs propres moyens. (Fraser and Restrepo)

Au fil des ans, ACPO fixa des objectifs qui incluaient, en plus de l'alphabétisation et de l'arithmétique élémentaire, l'amélioration de la santé familiale, les techniques de culture, l'hygiène et l'environnement, la comptabilité, le développement de la capacité de réflexion critique sur des thèmes sociaux, la participation communautaire, les droits de l'homme, les principes éthiques et religieux, etc. Pour atteindre ces objectifs, ACPO intégra dans sa stratégie des instruments de communication interpersonnelle comprenant livres, journaux, disques et formation participative.

OBSTACLES

Bien que *Radio Sutatenza* ait été la première radio communautaire à ouvrir le chemin à bien d'autres expériences de communication participative, elle finit par être victime de son propre succès. Les composantes de la participation communautaire qui caractérisaient au début *Radio Sutatenza* furent sacrifiées au profit d'une influence plus grande dans le domaine de l'éducation formelle et informelle à l'échelle nationale.

L'approche participative ne put être maintenue au fur et à mesure que le projet se transformait en un modèle toujours plus centralisé, avec son siège central à Bogota, la capitale de la Colombie. Le projet atteignit son objectif de rendre l'éducation accessible à tout un chacun, mais perdit son ingrédient novateur initial de participation populaire.

De même, au cours des années, le contexte politique du pays affecta *Radio Sutatenza*. Pour protéger l'organisation des pressions du gouvernement et des visées d'accaparement par une ONG (dirigée par la fille du Président Rojas Pinilla), ACPO changea son statut légal pour en faire une institution religieuse, ce qui l'exposa finalement aux pressions de l'Église catholique, entrainant par la suite d'importantes conséquences. (Fraser-Restrepo)

Tous ne soutinrent pas le concept d'éducation développé par *Radio Sutatenza*. En 1960 Camilo Torres — le prêtre et sociologue qui devint célébre pour avoir rejoint la guérilla — conduisit une évaluation des Écoles radiophoniques (ACPO — *Radio Sutatenza*) et établit que le programme était démagogique et nuisible aux paysans.

La controverse entre Salcedo et Torres alla grandissant. Torres accusa Salcedo d'être un anticommuniste « aveugle et ridicule », arguant que les campagnes de *Radio Sutatenza* contre le communisme incitaient à la haine et à la violence.

RÉFÉRENCES

Fraser, Colin et Restrepo-Estrada. « The One that Died — Radio Sutatenza and ACPO ». In *Communicating for development : human change for survival*. New York : I.NB. Tauris & Co. Ltd. 1998.

Nozaki, Takayuki Inoue. *Sutatenza Bogotá*. Radio Nuevo Mundo.

Whitehead, Jim. « Radio Sutatenza ». In *Speedx*. Octobre 1973.

Salas, Mauricio. *José Joaquín Salcedo : The Multimedia Quixote*. [Film, 29 min] 1997. Le film explore la personnalité et l'idéologie de Salcedo, et présente des entretiens, commentaires et séquences d'archives peu connus de Salcedo et d'ACPO.

RADIOS MINIÈRES



Bolivie

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radios Mineras
PAYS :	Bolivie
OBJECTIFS :	Organisation communautaire, solidarité
LIEU :	Districts miniers de Potosi et d'Oruro
BÉNÉFICIAIRES :	Mineurs, société bolivienne en général
PARTENAIRES :	Réseau de 26 stations communautaires
FINANCEMENTS :	Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Juillet 1980… Le coup d'état militaire du Général Luis García Meza avait réussi deux semaines auparavant, beaucoup furent assassinés ou emprisonnés, d'autres s'enfuirent en exil. L'armée réussit à contrôler totalement les villes. Les moyens d'information furent les premières cibles militaires : toutes les radios, toutes les chaînes de télévision et tous les journaux furent fermés et quand ils rouvrirent, ce fut sous une stricte censure militaire. En réalité, pas vraiment *toutes* les stations de radio … Le réseau d'une vingtaine de stations des districts miniers de Potosi et d'Oruro, dans l'altiplano bolivien, continua sa transmission sous une énorme pression. Pour savoir ce qui se passait vraiment en Bolivie depuis le coup d'état, les gens cherchaient sur leurs postes la fréquence de *La Voz del Minero*, *Radio Animas* ou *Radio Pío XII*. Même les correspondants étrangers s'appuyaient sur les radios minières pour rédiger leurs rapports. L'armée le savait, et jour après jour les troupes se rapprochaient davantage des districts miniers, brisant peu à peu la résistance des travailleurs qui défendaient leurs stations au prix de leur propre vie.

Une des dernières stations minières à tomber sous le contrôle militaire fut *Radio Animas*. Jusqu'à la dernière minute, elle diffusa en relais avec *Radio Pío XII* et *Radio Nacional de Huanuni*. Voici la transcription de leur dramatique transmission finale en direct :

Les troupes se trouveraient approximativement à cinq kilomètres de Siete Suyos et tout près de Santa Ana… Nous nous apprêtons à nous défendre… Le nombre de détenus atteint le chiffre de 31, ils ont été transférés à la ville de Tupiza selon les rapports qui sont arrivés à notre rédaction… Vous écoutez Radio Animas *diffusant dans tout le sud du pays… Nous vivons un moment crucial, nous sommes en constante mobilisation, même nos femmes ont aussi grandement collaboré à la préparation de la défense… Nous resterons jusqu'à la dernière minute, camarades, parce que ceci est notre mission, nous défendre…*

La fin était proche. Quelques minutes plus tard, on entendit des coups de feu à *Radio Animas*. La dernière chose que l'animateur réussit à diffuser sur les ondes fut un message aux autres stations pour qu'elles prennent le relais et continuent les transmissions de la chaîne minière, le réseau des stations reliées entre elles en temps de crise. D'autres continuèrent jusqu'à ce que l'armée fasse taire la dernière, détruisant le matériel et tuant ceux qui défendaient leur droit à la communication.

DESCRIPTION



La Voz del Minero, *Radio Pío XII*, *Radio Vanguardia de Colquiri*, *Radio Animas*, *Radio 21 décembre*, *Radio Nacional de Huanuni*, … constituent quelques-unes des plus importantes stations de radio créées, financées et gérées par les mineurs de Bolivie.

Tout commença en 1949, avec une station qui s'installa dans le district minier de Catavi. Durant les 15 années suivantes, d'autres districts suivirent l'exemple : ils achetèrent le matériel, formèrent des jeunes gens des villages, et les travailleurs eux-mêmes financèrent l'expérience en donnant un pourcentage de leur salaire pour soutenir les stations de radio.

Les radios commencèrent modestement et de manière précaire, équipées seulement du minimum nécessaire. Quelques-unes réussirent à obtenir un appui international et devinrent des stations plus sophistiquées, avec de meilleurs équipements et installations. Plusieurs construisirent même un théâtre contigu à la station pour pouvoir transmettre en direct les réunions syndicales. Par exemple, *Radio Vanguardia* décora son théâtre avec une grande fresque murale qui raconte l'histoire du centre minier de Colquiri. Une scène dans la fresque décrit les bombardements de l'armée de l'air bolivienne en 1967, du temps de la soumission du pays à la dictature militaire.

Au début des années 1970, il y avait 26 stations en service, presque toutes dans les districts miniers de l'altiplano bolivien. À l'époque, les syndicats de mineurs étaient encore très puissants, considérés comme l'avant-garde politique en Amérique latine.

En temps de paix et de démocratie — qui n'étaient pas les plus fréquents — les *Radios minières* s'intégraient à la vie quotidienne des communautés. Elles devinrent les alternatives directes les plus efficaces aux services téléphoniques et postaux. Les gens recevaient leur correspondance à travers la radio et envoyaient des messages de toutes sortes qui étaient lus plusieurs fois par jour : convocations pour les assemblées du Comité des femmes au foyer, messages des dirigeants syndicaux sur les négociations avec le gouvernement à la capitale, billets doux entre jeunes, annonce d'une nouvelle pièce du groupe de théâtre *Nouveaux Horizons* (qui donnait ses représentations sur la plate-forme d'un camion, sous l'éclairage improvisé des lampes de mineurs), activités sportives, enterrements, naissances et festivités locales.

En période de conflits politiques, les radios syndicales devenaient l'unique source d'information fiable. Alors que les militaires attaquaient les journaux, les stations de radio et de télévision dans les villes, l'unique information disponible arrivait par les *Radios minières*. Celles-ci s'unissaient toutes en une « chaîne minière » jusqu'à ce que l'armée pénètre dans les districts miniers et prenne d'assaut les installations, défendues jusqu'à la mort par les travailleurs. Un film de Jorge Sanjinés, *Le courage du peuple*, reconstruit l'attaque de l'armée en juin 1967 dans le district minier de Siglo XX et la prise de la radio syndicale.

Durant les crises politiques et sociales, les *Radios minières* en chaîne diffusaient des rapports sur la situation du pays. Elles s'unissaient aussi en chaîne en temps de paix pour transmettre les événements sportifs qui avaient lieu dans les centres miniers. Hormis cela, chaque station jouissait d'une autonomie totale par rapport aux autres.

Les *Radios minières* furent importantes dans la mesure où les mineurs eux-mêmes étaient importants dans l'économie et la politique bolivienne. Mais l'influence des mineurs grandit aussi pendant les quelques décennies où ils eurent à leur disposition de puissants moyens de communication pour exprimer leurs idées. Au fur et à mesure que l'importance des mines déclinait dans les années 1980, les syndicats s'affaiblissaient et quelques stations disparurent en même temps que fermaient des districts miniers.

ORIGINES ET CONTEXTE

Avant même que le pays n'obtienne son indépendance en 1825, l'industrie minière jouait un rôle fondamental en Bolivie. Lorsque les conquistadores espagnols commencèrent à exploiter l'argent de Potosi au XVIIème siècle, jamais ils n'auraient pu imaginer l'existence d'une telle quantité sous la « montagne d'argent ». Les exportations de la Bolivie furent essentiellement basées sur l'argent puis sur l'étain, jusqu'à ce que l'économie du pays se transforme au cours des trois dernières décennies du XXème siècle.

Pendant trois siècles, l'argent extrait de Potosi fut envoyé en Espagne, à tel point que la montagne perdit sa forme originelle et s'affaissa peu à peu. On dit que six millions d'indiens aymara et quechua, plus un nombre considérable d'esclaves africains, perdirent la vie dans les mines durant cette période. Potosi était alors une des villes de rêve du monde entier. En 1625, elle avait une population plus importante que Londres ou Paris, et plus d'églises que toute autre ville du nouveau monde. Bien qu'isolée dans l'altiplano, à 4 200 mètres d'altitude, on pouvait trouver à Potosi les biens les plus luxueux importés d'Europe.

Depuis l'indépendance de la Bolivie en 1825 jusqu'au milieu des années soixante-dix, les mines continuèrent d'être la principale activité économique génératrice de revenus. L'argent se fit peu à peu moins important, mais le pays devint le second producteur mondial d'étain. Au milieu des années cinquante, les minéraux représentaient 70 % des exportations.

Les quelques milliers de travailleurs des centres miniers portaient sur leurs seules épaules la responsabilité de soutenir l'économie du pays et ses cinq millions d'habitants. Aucun gouvernement ne pouvait se permettre d'ignorer l'opinion politique des mineurs, encore moins quand ses syndicats avaient la réputation d'être les plus démocratiques et les plus avancés d'Amérique latine sur le plan politique.

IMPACT SOCIAL

Les stations de radio jouèrent un rôle prépondérant dans le renforcement des syndicats de mineurs et dans leur lutte d'unification. Tous les syndicats étaient affiliés à la Fédération syndicale des travailleurs des mines de Bolivie (*Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia*, FSTMB) qui, quatre décennies durant (de 1946 à 1986), constitua l'avant-garde du mouvement ouvrier et de la puissante Central Obrera Boliviana (COB). Il n'est pas anodin de remarquer que les syndicats et les stations de radio partageaient des locaux dans la plupart des districts miniers, et que le secrétaire à la culture du syndicat était généralement le directeur de la station de radio.

L'impact social des stations de radio des mines fut également important dans le processus de construction d'une identité culturelle dans les centres miniers et dans les communautés paysannes des alentours. Tous les jours, les *Radios minières* étaient ouvertes en permanence à la participation. Les visites aux stations étaient très fréquentes, en fait, à chaque fois que les gens avaient besoin de s'exprimer sur un thème quelconque qui affectait leur vie.

L'élément le plus novateur dans l'expérience des *Radios minières* de Bolivie, c'est la participation communautaire. Aussi simple que cela puisse paraître, cet élément constitue cependant un fait révolutionnaire, aussi bien dans les années cinquante, qu'aujourd'hui encore. Bien peu d'expériences de communication participative ont atteint un tel niveau d'appropriation totale d'un moyen de communication en termes de technologie, de gestion quotidienne, de contenus et de services à la communauté.

Un des aspects les plus intéressants est celui de la formation. Les stations minières donnèrent naissance à plusieurs générations de journalistes. La formation se faisait généralement au niveau local, avec l'appui d'autres organisations. De nombreux journalistes et animateurs locaux qui avaient été formés pour travailler dans les *Radios minières* devinrent par la suite des reporters reconnus quand ils émigrèrent dans les villes.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Les *Radios minières* de Bolivie établirent les principes de la communication participative bien avant que le terme n'existât. Tout au long de leur développement, elles furent indépendantes, autogérées, autofinancées et servirent de manière conséquente les intérêts non seulement des travailleurs mais également de la société bolivienne dans son ensemble. En terme d'appropriation, elles constituent l'exemple le plus avancé de la communication participative. Elles furent conçues, financées et équipées par les mineurs, et dirigées dans leurs aspects techniques et administratifs par les travailleurs qui apprirent à élaborer les contenus et à produire les programmes localement.

Il y a peu d'exemples dans le monde où la communication démocratique a joué un rôle aussi important à la fois au niveau local et au niveau national. Il existe également peu d'exemples d'expériences de communication entièrement gérées par la communauté. Si cela n'avait pas été le cas, les stations minières n'auraient pas eu l'influence politique et sociale qu'elles eurent en Bolivie.

OBSTACLES

Bien que les *Radios minières* aient été orientées par l'idéologie des syndicats, ceci ne fut pas un obstacle à la participation, dans la mesure où les syndicats reflétaient la volonté des travailleurs. Traditionellement, les syndicats élisaient leurs dirigeants parmi les différents partis politiques et ils encourageaient les alliances idéologiques, et cette diversité politique était rendue dans les programmes de radio.

Le vrai défi des *Radios minières* fut la répression politique, celle-là même qui affectait la classe minière dans son ensemble. Quelques stations furent détruites par l'armée six ou sept fois au cours de leur existence. Plusieurs décidèrent de garder sur la façade extérieure de leur station les traces de la résistance, comme les impacts de balles reçues. Plusieurs fois, les équipements détruits furent remplacés par d'autres, neufs, achetés grâce aux travailleurs, qui, appauvris mais dignes, offraient un jour de salaire à leur station.

D'un point de vue technique, les radios souffrirent de manque de matériel. Les équipements de la plupart d'entre elles étaient très élémentaires, bien que suffisants pour réaliser le travail, mais les faibles ressources financières allouées au paiement des salaires des producteurs fit que la qualité de la programmation était très moyenne, en particulier en termes de contenus éducatifs. Les techniciens étaient en général recrutés au niveau local et ils étaient capables de réparer les équipements endommagés avec très peu de moyens mais beaucoup de créativité.

Ce qui provoqua finalement la fin des *Radios minières* dans les années 1980 fut le changement abrupt dans l'économie du pays. L'industrie minière traditionnelle cessa d'être au centre des exportations et le coût de production de l'étain se révéla plus élevé que le prix international. Le gouvernement ferma les mines d'état, les travailleurs émigrèrent vers les villes, en quête de travail, laissant derrière eux des villages fantômes. L'influence des syndicats miniers décrût, et seules quelques stations franchirent le seuil du nouveau millénaire.

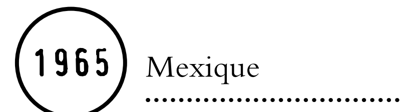
RÉFÉRENCES

Gumucio Dragon, Alfonso et Cajìas, Lupe. *Las Radios Mineras de Bolivia.* La Paz : CIMCA, 1989.

Gumucio Dragon, Alfonso et Barrios, Eduardo. *The Voice of the Mines.* [film]. UNESCO, 1984.

Articles : Lozada, F. Et Kùncar, G. *Las Voces del Coraje : Radios Mineras de Bolivia.* 1984. En anglais : O'Connor. *The Bolivian Miner's Radio Stations.* Ohio State University.

RADIO HUAYACOCOTLA



Mexique

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Huayacocotla
PAYS :	Mexique
OBJECTIFS :	Organisation communautaire, éducation
LIEU :	Huayacocotla, Chicontepec (État de Veracruz)
BÉNÉFICIAIRES :	Paysans de Huayacocotla et des alentours
PARTENAIRES :	Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), l'Association mondiale de radiodiffuseurs communautaires (AMARC), Instituto Nacional Indigenista (INI), Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), Radio Educación
FINANCEMENTS :	Église catholique
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Six heures du matin. Ici et là on entend le chant des coqs. Il fait froid malgré le soleil. Juan et Ana vivent dans une petite maison de bois dans la banlieue de Huayacocotla. Ils ont six enfants. Ana s'est levée à cinq heures, en silence pour ne pas réveiller les autres, et elle a allumé le foyer. Elle a mis l'eau à chauffer pour le café, lavé son nixtamal et moulu du maïs. Elle a préparé la sauce, bien piquante et des tortillas pour que Juan les emmène au travail.

À son levé, elle a allumé la vieille radio poussiéreuse suspendue dans un coin de la cuisine. À première vue, il paraît impossible que cette radio produise le moindre son, mais elle marche. À six heures pile, elle tourne le bouton des stations et cherche Radio Huaya. *De la musique mexicaine et une douce voix annoncent l'heure : «* Radio Huayacocotla, la voix des paysans *», est à l'antenne. Et les huapangos, musique de Veracruz, commencent à résonner en Ana, jusqu'à lui donner envie de danser sur le rythme.*

À six heures trente, quand commencent les nouvelles, Ana réveille Juan, qui se lève rapidement, se lave et s'assied pour boire son café tout en écoutant les nouvelles locales : le groupe de producteurs de pommes de terre n'a pas obtenu le financement promis par la Banque de crédit rural, la réunion des délégués de l'Unité de production est arrivée aux accords suivants […] Puis viennent les nouvelles nationales et internationales. Juan part travailler.

Ana garde la radio allumée pendant qu'elle prépare le petit déjeuner pour que les enfants s'en aillent à l'école avec quelque chose dans l'estomac. À sept heures, l'animateur dédicace « Las Mañanitas » et lit la liste des Saints du jour : « Aujourd'hui nous fêtons Saint […] ou Sainte […] et félicitons tous ceux qui portent ce nom », *il lit les lettres de félicitations qu'envoient les parents des communautés voisines.*

À sept heures quinze commence « Sur les chemins de la montagne ». *Le programme d'aujourd'hui est consacré aux fêtes locales. Ana y a participé, alors elle est toute ouïe, elle veut entendre ce qu'elle a dit, ce que donne sa voix à la radio. Elle glousse de contentement. À huit heures commence le programme pour enfants : chansons, contes et la voix de l'animateur qui conseille et salue les enfants. À neuf heures,* Radio Huayacocotla *se retire de l'antenne et Ana ramasse le panier de linge sale, le sac de savon et descend à la rivière pour faire la lessive.* — Extrait de « *Radio Huaya*, cada día » d'Aurora Velasco.

DESCRIPTION



Radio Huayacocotla a commencé ses activités en octobre 1965 avec un émetteur de 500 watts. Ce fut la première école radiophonique du Mexique et elle avait pour objectif d'apporter une éducation de base aux régions d'accès difficile. Elle émit dès le début en ondes courtes, ce qui lui permettait de couvrir, en plus des zones rurales de Veracruz, d'autres états comme Querétaro, Hidalgo et Puebla, où furent établies également des écoles radiophoniques.

L'histoire de *Radio Huayacocotla* comprend plusieurs étapes. La première marque une rapide expansion qui culmine en 1969 avec 126 écoles radiophoniques en réseau. À cette période s'établit une méthodologie de travail qui comprenait des aspects de formation, de production de matériels d'appui ainsi que des actions de coordination.

La seconde étape fut provoquée par une crise institutionnelle interne qui entraîna pratiquement l'effondrement du projet en 1973, le nombre d'écoles radiophoniques dégringolant à six. Le Service des écoles radiophoniques (SER) du Mexique intervint alors et plaça le projet sous la responsabilité du Fomento Cultural Educativo, une organisation non gouvernementale créée en 1970. La nouvelle orientation mit l'accent sur la participation communautaire et l'éducation comme processus de développement intégral.

Cette étape de transition comprenait un ambitieux plan de recherche dont les résultats permirent une nouvelle ébauche du programme et des activités. En 1975, il fut décidé de concentrer la couverture de la radio sur deux municipalités proches de la station (Huayacocotla et Zacualpan). Cette proximité géographique permit une meilleure connaissance des phénomènes sociaux locaux et une interaction croissante avec la population rurale.

La troisième étape commença en 1977, avec une nouvelle programmation diversifiée, participative et intégrée à la vie sociale communautaire :

Programmes musicaux : programmes de divertissement, alternant chansons, musique et courts messages. La préférence fut donnée à la musique mexicaine (*ranchera, huasteca* et *norteña*), mais des espaces furent aménagés pour la musique latino-américaine et la musique locale, souvent en live et en direct.

Programmes de formation : l'objectif était de préserver les connaissances traditionnelles de la population rurale pour le bénéfice de la communauté. Ce programme contenait des informations sur le travail de la terre, sur les techniques de culture et de sylviculture, sur les textes de loi de la Réforme agraire, sur l'éducation et la culture, et sur la récupération de l'histoire orale et des traditions locales.

Programmes d'informations : Ce programme comprenait les « Nouvelles de la campagne », déjà très connues, et les « Commentaires sur les informations » avec l'analyse des faits importants.

Programmes pour enfants : « Ouvrez portes et fenêtres », un programme matinal avec chansons, contes et conseils sur la santé, l'hygiène et le civisme. « Entrons dans le monde des enfants », programme en direct réalisé en collaboration avec les instituteurs de la communauté.

En plus de ces programmes, des feuilletons-radio à contenu social et éducatif et produits par *Radio Educación* étaient diffusés, ainsi que des mini-séries, des spots publicitaires, des communiqués d'intérêt communautaire et des programmes élaborés par des étudiants du service social et des groupes communautaires.

Dans les années 1990, une quatrième étape dans le développement de *Radio Huayacocotla* débuta lorsque la station s'engagea dans la défense de la paysannerie contre les abus des caciques locaux et des propriétaires terriens. Ceci entraîna menaces et actions de censure et de suppression de licence contre la station.

ORIGINES ET CONTEXTE

Huayacocotla est un petit village de la région de Chicontepec, dans l'état de Veracruz, qui comprend plusieurs municipalités de population majoritairement indigène (nahuatl et otomi). Le mot nahuatl, « huayacocotl », signifie « lieu des grands ocotes ». L'ocote est une variété de pin résineux très appréciée comme bois de feu. Le paysage environnant offre forêts, rivières et montagnes, et la zone est riche en kaolin et en grumes qui furent exploités de façon irrationnelle pendant des décennies. Les compagnies d'exploitation de bois qui envahirent la région dans les années soixante-dix s'en allèrent sans rien laisser à la communauté, si ce n'est de la pauvreté et des collines déboisées.

Durant des décennies, cette région, qui figure sur les cartes géographiques comme un îlot entre les états de Puebla et d'Hidalgo, resta isolée et recluse. Un processus accéléré d'exode vers la capitale mexicaine se produisit dans les années soixante-dix, du fait que les tâches agricoles n'occupaient la population rurale que cinq mois par an. Les services de téléphone et d'électricité étaient déficients et il n'existait ni radios ni chaînes de télévision locales. La seule option pour les habitants de la région était d'écouter les stations de radios des états voisins.

C'est cette situation d'isolement géographique et de services insuffisants pour la population qui, en 1965, motiva la création des *Écoles radiophoniques Huayacocotla*. Hector Samperio, le prêtre de Huayacocotla, lança ce projet. Il reçut l'appui de l'Université Ibéro-américaine pour les démarches nécessaires auprès des institutions gouvernementales. Basée sur le modèle de *Radio Sutatenza*, qui avait connu un grand succès en Colombie, *Radio Huayacocotla* développa l'idée que le sous-développement, la pauvreté et les situations d'injustice étaient principalement dues au manque d'éducation.

IMPACT SOCIAL

Radio Huayacocotla est devenue très populaire parmi les populations des zones rurales. Elle a beaucoup d'influence dans le processus d'information, d'éducation de l'opinion et dans la formation. Par sa programmation, elle cherche à sauvegarder la culture, la musique et la pensée des paysans de la région. Les messages en otomi, nahua ou tepehua sur des vaches perdues, des demandes d'aide pour une famille pauvre qui ne peut faire sortir un malade de sa communauté et les dénonciations des abus des caciques locaux font partie de sa programmation quotidienne.

Radio Huayacocotla a permis de revaloriser la culture locale à travers la diffusion d'informations sur les réussites et les luttes exprimées par la population locale, à qui on a enfin tendu le micro. Bien qu'il fallut beaucoup de temps et de travail pour obtenir la participation des communautés, au milieu des années quatre-vingts plusieurs groupes de paysans étaient familiarisés avec l'usage des microphones, des enregistreurs et même des équipements de cabine.

L'existence de *Radio Huayacocotla* dans l'espace de communication régional eut pour effet l'affaiblissement de l'hégémonie des moyens d'information commerciaux et étatiques. Plus encore, elle représenta pour de nombreux groupes de la population paysanne et indigène la possibilité d'accéder à un espace de communication lié à leurs intérêts, leurs problèmes et leurs besoins.

De son objectif original de soutien aux programmes d'alphabétisation, la radio est passée à un appui de la lutte des communautés contre le dépouillement de leurs ressources naturelles, pour se diriger vers un modèle de développement durable et autogéré. La dénonciation de la répression et de la violence réussirent à générer une conscience collective des droits de l'homme (comme il ressort de l'exposé de Cortez Ruiz intitulé « La Información y la Comunicación en la Democratización de la Sociedad Rural : Posibilidades y Limitaciones », à l'occasion du XIXème Congrès international de l'Association des études latino-américaines (*Latin American Studies Association*, LASA) du 28 au 30 septembre 1995 à Washington D.C., USA).

MÉDIAS ET MÉTHODES

En tant que station destinée à soutenir le concept des écoles radiophoniques, *Radio Huayacocotla* avait non seulement conçu une programmation spécifique qui répondrait à ses objectifs éducatifs, mais elle comptait aussi sur un personnel compétent et du matériel et des locaux adaptés pour garantir le suivi de chaque école radiophonique affiliée. Tous les six mois se tenaient des réunions de coordination avec les instructeurs, à qui on envoyait le matériel et les brochures sur des thèmes aussi variés que l'alphabétisation, la grammaire, l'arithmétique, la santé, l'amélioration de l'habitat, etc.

Le caractère d'une radio se définit par sa forme et par son fond. La forme permet aux couches les plus défavorisées, en particulier les travailleurs ruraux et la population indigène, d'exprimer leurs opinions. Sur le fond, *Radio Huayacocotla* cherche à faire l'analyse des problématiques locales et des processus régionaux en les intégrants dans le contexte plus vaste de leur interaction avec la réalité sociale nationale. Ainsi, cette programmation se caractérise par le questionnement clair et ouvert des structures de pouvoir local et régional, et par l'appui donné aux actions d'organisations sociales ayant pour but la réalisation des objectifs sociaux, culturels et politiques. (Cortez Ruiz)

OBSTACLES

Radio Huayacocotla émet en ondes courtes, ce qui rend sa réception parfois difficile. La plupart des transistors radios disponibles sur le marché local n'ont pas d'ondes courtes.

Le positionnement de la station en faveur des paysans et des indigènes de la région a provoqué une réaction de la part des caciques politiques locaux, habitués à manipuler les communautés voisines. Dans les montagnes de Huayacocotla, le pouvoir de ces familles dans les municipalités locales est passé pendant des décennies d'une génération à une autre, et a toujours été un moyen de contrôle des populations locales.

En mars 1995, des inspecteurs du Secrétariat des communications et des transports (SCT) du Mexique suspendirent brutalement les transmissions de *Radio Huayacocotla*, soit-disant à cause des « déficiences techniques ». De plus, la station fut accusée d'émettre des « messages codés » qui encourageraient la violence pour le soutien du combat zapatiste au Chiapas. Les « messages codés » n'étaient rien d'autre que des émissions en langue indigène : *nahua*, *otomi* et *tepehua*. Après un mois de fermeture, la station fut autorisée à rouvrir.

Radio Huayacocotla s'est battue de nombreuses années pour obtenir une fréquence AM qui permettrait d'en capter les émissions depuis un transistor radio courant. Cependant le gouvernement mexicain, soumis à la pression des propriétaires terriens, a systématiquement refusé de délivrer cette autorisation.

RÉFÉRENCES

Velasco, Aurora. « México : Radio Huayacocotla, una Emisora Campesina ». In *Cuadernos de Comunicación Alternativa*. La Paz (Bolivie), N° 3, CIMCA 1985.

Cortez Ruiz, Carlos. « La Información y la Comunicación en la Democratización de la Sociedad Rural : Posibilidades y Limitaciones ». In *Latin American Studies Association* (LASA). Washington, XIX International Congress, 28 – 30 septembre, 1995.

RADIO QUILLABAMBA



1969 Pérou

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Quillabamba
PAYS :	Pérou
OBJECTIFS :	Développement rural et organisation communautaire
LIEU :	Quillabamba, Province La Concepción
BÉNÉFICIAIRES :	Population rurale et indigène
PARTENAIRES :	Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), Coordinadora Nacional de Radio (CNR), Comunidades Cristianas Campesinas (CCC)
FINANCEMENTS :	Misereor, Adveniat, Sainte Enfance, Misión Cuaresmal Suiza, Misiones Dominicanas de España
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Commencer la journée en partageant un programme radio avec des paysans de la vallée de Quillabamba rend le monde plus petit et le frais matin de décembre dans le middle-east des États-Unis plus chaud. Peu d'auditeurs d'ondes courtes comprennent le quechua ou l'espagnol. Cependant, le rythme du programme radio et les commentaires improvisés de l'animateur ont une qualité authentique très rare dans la radio commerciale de masse du monde industrialisé. Le meilleur, c'est la musique. Les plus fervents amateurs des ondes courtes n'ont pas seulement appris à différencier les huayños *péruviens des* pasillos *équatoriens, mais aussi le style des* huayños *du sud et du nord du Pérou.*

Mon expérience avec Radio Quillabamba *commença vers 1974, alors que j'étudiais l'espagnol au lycée. Tôt le matin, j'écoutais les belles et envoûtantes chansons péruviennes. J'écrivis à plusieurs stations et ressentis le besoin d'envoyer un mot à* Radio Quillabamba *pour qu'ils sachent là-bas qu'un auditeur très lointain était ému par leurs émissions. Les années suivantes, les radios péruviennes continuèrent d'être mes préférées chaque matin.*

Des stations comme Radio Quillabamba *sont d'une importance vitale pour éduquer, informer et donner un espace d'expression aux auditeurs locaux. Mais en plus, leur influence s'étend parfois très loin. Grâce au mode d'émission en ondes courtes,* Radio Quillabamba *a réussi à capturer l'attention et l'intérêt de centaines, peut-être de milliers d'amoureux des ondes courtes aux États-Unis, au Japon, en Europe et en Australie.*

Il faut de bons récepteurs et des antennes pour capter ces petites et lointaines stations sur ondes courtes. Mais surtout, il faut une passion ardente pour vouloir communiquer avec des lieux à l'autre bout du monde. Le moment le plus adéquat pour écouter les stations péruviennes depuis l'Amérique du nord, c'est très tôt le matin. Seule une telle passion peut sortir les amateurs d'ondes courtes de leur lit à cette heure matinale.
— Écrit pas Don Moore, amateur expérimenté d'ondes courtes.

DESCRIPTION



Radio Quillabamba est la station qui a la plus grande couverture dans la Province de la Conception. Elle commença comme une initiative des missionnaires dominicains du Vicariat de Puerto Maldonado quand, en 1966, ils achetèrent une petite station de radio qui existait déjà à Quillabamba, et la transformèrent avec les années en ce projet novateur de communication pour le changement social que nous connaissons aujourd'hui. Cependant, ce processus de changement ne s'est pas produit immédiatement. La station se devait d'abord de développer sa capacité technique. En 1969 on acheta de nouveaux équipements dont un émetteur de 1 000 watts pour remplacer l'ancien de 300 watts. Plus tard, avec le soutien d'Adveniat, Misereor et d'autres organisations catholiques, on ajouta un autre émetteur de 5 kw qui contribua considérablement à étendre la couverture à la majeure partie du sud des Andes au Pérou.

L'évolution philosophique de la radio peut se résumer avec les mots d'Alfredo Encinas et de Rufino Lobo :

> Au début, la station mettait l'accent sur les programmes « religieux », avant d'essayer de proposer des formations et une « éducation formelle » aux paysans pauvres ; puis nous avons vu la nécessité de convertir la station pour en faire la « voix du peuple » et nous avons placé la programmation sous la responsabilité des organisations populaires et des groupes qui travaillaient sur le processus de prise de conscience. Nous sommes arrivés à la conclusion que le plus important était de devenir un centre de communication et de participation au service des organisations populaires.

Ainsi, les programmes évoluèrent au fil des ans à mesure que *Radio Quillabamba* s'engageait en faveur de la lutte sociale. Entre 1972 et 1975, l' « éducation religieuse et humaniste » dominait la programmation, alors que, en termes de contenus, il n'y avait aucun lien ni avec l'éducation formelle ni avec les concepts d'éducation populaire. Entre 1975 et 1978, les programmes d' « éducation formelle » qui furent produits avaient pour objectif de développer des habitudes de lecture chez les personnes récemment alphabétisées. À partir de 1978, la station fit un compromis avec l' « éducation populaire en faveur du peuple organisé ». Une partie des 16 heures quotidiennes de programmation fut offerte gratuitement aux organisations sociales comme entre autres, la Federación Provincial de Campesinos (Fédération provinciale des paysans), la Federación de Trabajadores (Fédération des travailleurs), le Consejo Municipal (Conseil municipal), le Comité de Derechos Humanos (Comité des droits de l'homme).

Le format le plus apprécié, c'est la radio-magasine, qui comprend des éléments d'information (nouvelles et entretiens), d'éducation (analyses), de communication (messages), de divertissement (participation) et de musique (dédicaces). La plupart des programmes sont diffusés en direct. Un de ceux qui a le plus grand succès est celui des dédicaces musicales car les messages sont lus en quechua, la langue locale.

Au fil des ans, un réseau de correspondants volontaires s'est naturellement constitué autour de la station. Des lettres arrivent des endroits les plus reculés de la province, racontant des événements encore ignorés des médias nationaux d'information, comme par exemple les affrontements entre le Sendero Luminoso (Sentier lumineux) et l'armée.

Depuis le début, la stratégie de *Radio Quillabamba* consista à obtenir que ses auditeurs couvrent les frais courants, tandis que les fonds extérieurs étaient réservés au paiement des coûts d'infrastructure. Les salaires des employés, le loyer des bureaux et le paiement des frais de téléphone et d'électricité sont couverts par les revenus dérivés de la publicité commerciale et des messages et dédicaces musicales.

La publicité commerciale est strictement régulée et limitée à certaines heures et jours de la semaine. Les messages institutionnels d'intérêt social sont diffusés gratuitement, mais les individus envoyant des messages personnels à leurs familles doivent payer des frais minimums qui permettent à la station de générer des fonds additionnels pour la couverture des frais courants.

ORIGINES ET CONTEXTE

La Province de La Conception, dans le département de Cuzco, est l'une des plus diverses du Pérou quant à sa géographie, s'étendant de 3 600 mètres d'altitude dans les Andes jusqu'à 300 mètres dans le bassin amazonien. Quillabamba, la capitale provinciale, se trouve dans une vallée à 1 050 mètres d'altitude. Là vivent 20 000 des 130 000 habitants de la province, dont la plupart sont des paysans quechua producteurs de café et de feuilles de coca.

Dès les années cinquante, les paysans établirent leurs propres coopératives, syndicats et organisations politiques, qui survécurent à la répression des propriétaires terriens locaux et des divers régimes militaires. Dans les années 1980, la région devint une des scènes de la violente confrontation entre l'armée et la guérilla du Sentier lumineux.

La radio est le moyen traditionnel de communication le plus important dans les zones rurales. Il remplace fréquemment jusqu'au téléphone, courrier et autres formes conventionnelles de communication. L'histoire de la radio communautaire et populaire au Pérou est intimement liée à l'action des prêtres catholiques progressistes qui, dès les années soixante-dix, s'engagèrent dans la lutte pour les plus pauvres et les oubliés de la société.

L'expérience plus ancienne des missionnaires dominicains du vicariat de Puerto Maldonado avec *Radio Madre de Dios* les rendit conscients de l'importance de la nécessité de disposer d'un instrument de communication qui réponde aux besoins sociaux des communautés des alentours de Quillabamba. Ainsi fut prise la décision de création d'une nouvelle station.

Quillabamba avait déjà une petite radio privée, bien que de portée limitée en raison de sa faible puissance et du manque d'objectifs clairs. Cependant, elle disposait d'une licence légale pour opérer ainsi que de sa propre fréquence. Les curés dominicains l'achetèrent en 1966 et ainsi commença la saga d'une nouvelle expérience de communication.

IMPACT SOCIAL

Comme ce fut le cas pour *Radio Pío XII* (Bolivie), *Radio Huayacocotla* (Mexique) et tant d'autres stations catholiques, *Radio Quillabamba* évolua, se rapprochant peu à peu des réalités sociales et politiques. Durant les premières années, ses objectifs étaient religieux et éducatifs mais à partir de 1978, la station opta clairement pour l' « éducation populaire et le soutien aux organisations populaires », ce qui signifiait une redéfinition politique en faveur des communautés les plus pauvres et exclues. On pourrait mesurer l'impact social de cette stratégie par le nombre de sabotages et d'attaques que la station subit dès lors par ceux qui tentèrent de la réduire au silence.

L'impact social se fit plus grand dans la mesure où la puissance des émetteurs étendit l'influence de *Radio Quillabamba* à la totalité du département de Cuzco, et aux départements adjacents dans le sud andin du Pérou.

La station fait office de bureau de poste, de cabine téléphonique publique et de télégraphe pour la plupart des paysans de la province qui lui rendent fréquemment visite pour récupérer les lettres en provenance d'autres villes. La radio envoie un message gratuit annonçant l'arrivée de chaque lettre.

La capacité des organisations populaires les plus représentatives de la région a été développée afin que celles-ci puissent préparer et émettre leurs propres programmes, souvent des diffusions en direct des assemblées et manifestations locales. Bien que ces diffusions en direct durent en général cinq ou six heures, elles sont très appréciées des auditeurs.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Au fil des ans, *Radio Quillabamba* a développé un « Cadre doctrinal » très cohérent qui couvre l'ensemble de ses activités. Le document reconnaît la nature sociale, culturelle, économique et politique de la région comme la base de son choix philosophique.

La participation communautaire à *Radio Quillabamba* prend forme à travers les organisations sociales les plus représentatives. Les syndicats et les coopératives assument la responsabilité d'une partie de la programmation, exprimant ainsi l'opinion critique de la majorité sur des thèmes comme la discrimination sociale, l'injustice et les violations des droits de l'homme. Chaque organisation est responsable de la préparation d'un plan annuel qui inclut objectifs, structure et personnel en charge de la direction des programmes.

La sélection du personnel de la station est basée essentiellement sur des critères d'engagement social et d'identification avec les besoins régionaux. Tous les candidats doivent être bilingues et faire surtout preuve d'une grande volonté de travail avec les organisations sociales de la province. Si le candidat remplit ces conditions de base, il reçoit la formation technique nécessaire.

En termes de coordination avec d'autres instances de communication, *Radio Quillabamba* participe à l'effort de renforcement des réseaux de communication alternative par sa présence au sein d'organisations progressives telle la *Coordinadora Nacional de Radio* (CNR), *Comunidades Cristianas Campesinas* (CCC) et, au niveau international, au sein de l'Association latino-américaine des écoles radiophoniques (ALER).

OBSTACLES

Bien qu'au tout début *Radio Quillabamba* ait eu une licence pour opérer, les dispositions gouvernementales de 1971 contraignirent la station à entamer de nouvelles démarches pour obtenir une nouvelle licence, un processus qui entraîna de nombreuses difficultés.

En raison de son engagement auprès du peuple, *Radio Quillabamba* fut souvent victime de menaces et d'attaques violentes. Une charge d'explosifs détruisit son émetteur en juin 1975 et obligea la station à travailler en situation précaire pendant des années, jusqu'à ce qu'un nouvel équipement fût installé en mai 1986.

La radio subit deux autres attaques en 1987 et en 1988. En janvier 1989, elle fut victime d'une violente intervention du gouvernement national et du gouvernement local, et elle fut fermée jusqu'en avril de la même année. En décembre 1989, des pluies abondantes empêchèrent qu'une autre charge d'explosifs ne causât des dommages considérables aux équipements. Chacune de ces attaques contre la liberté d'expression interrompit les activités de la station, mais aucune ne put la réduire au silence ou effrayer ses membres. Au contraire, *Radio Quillabamba* crût et se se renforça grâce à l'appui de la paysannerie.

RÉFÉRENCES

Enicnas Martìn, P. Alfredo et Lobo Alonso, Rufino Lobo. « *Radio Quillabamba* y la Educación Popular ». In *Cuadernos de Comunicación Alternativa*. Bolivie : No. 8, CIMCA (Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa), 1990.

Moore, Don. « *Radio Quillabamba*, Peru ». In *The Journal of the North American Shortwave Association*. Février 1991, [En ligne]. Adresse URL : http://www.swl.net/patepluma/south/peru/quilla.html

Hoeberichts, Anouk et López, Miguel. « La Radio : Actor Clave en el Desarrollo Humano ». In *Sustainable Development Dimensions*. Rome : FAO, janvier 1999, [En ligne]. Adresse URL : http://www.fao.org/sd/spdirect/CDan0023.htm

CESPAC



FICHE TECHNIQUE

NOM :	Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación (CESPAC)
PAYS :	Pérou
OBJECTIFS :	Développement rural
LIEU :	Plusieurs zones rurales du Pérou
BÉNÉFICIAIRES :	Environ 550 000 paysans
PARTENAIRES :	Ministère de l'Agriculture, Centro Nacional de Capacitación e Investigación de la Reforma Agraria, Pérou (CENCIRA)
FINANCEMENT :	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO/PNUD), Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

Il semblerait qu'il existe en Amérique latine plus de 300 écoles de communication, formant plus de 120 000 élèves. La plupart de ces écoles cherchent à former des professionnels des mass-médias, de l'industrie de la publicité, de la soi-disant communication d'entreprise et des relations publiques. Il n'existe pas une seule faculté qui forme des communicateurs pour le développement, des communicateurs scientifiques ou des communicateurs pédagogiques. Et ceci constitue une des raisons essentielles à tant de désastres dans le domaine de la communication pour le développement.

Comment un processus d'éducation dans lequel le professeur-émetteur mitraille des messages inintelligibles à un récepteur passif, dont on ignore les processus d'apprentissage, peut-il être efficace sur le plan financier et humain ?

Comment les messages des projets de développement confiés à des spécialistes de la manipulation publicitaire peuvent-ils être adaptés ?

Comment les messages d'information scientifique peuvent-ils être appropriés pour le contexte social quand ceux qui sont chargés de les rédiger

ignorent la spécificité du langage scientifique, et considèrent uniquement comme nouvelle le spectaculaire ou l'extraordinaire ?

Comment maintenir la population informée si les informateurs ne sont pas informés et produisent des messages que personne ne comprend, hors contexte, sans utilité, faussés et inutiles pour les gens ?

Il est très difficile de comprendre la raison pour laquelle ces écoles ou facultés de communication, continuent à proliférer, alors qu'il n'y a pas assez de débouchés professionnels pour leurs diplômés.

La société a besoin d'écoles qui forment les communicateurs qui n'existent pas encore, du moins pas en nombre suffisant. — Extrait de « La formación de los comunicadores para el desarrollo » par Manuel Calvelo, fondateur du *CESPAC*.

DESCRIPTION

Le Centre de services de pédagogie audiovisuelle pour la formation (*Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capitacitación*, CESPAC) fut créé au début des années soixante-dix avec l'appui de la FAO. C'est un de ces projets qui eut du succès en partie grâce à la motivation, au dévouement, à l'engagement, aux objectifs clairs et à la persistance d'une personne. Cette personne, c'est Manuel Calvelo, un Espagnol qui travailla plusieurs décennies en Amérique latine, influençant positivement certains des processus les plus novateurs de communication pour le développement rural.

En 1975, un premier groupe de 27 personnes fut formé pendant sept mois. Dès le début, il fut décidé que tous devaient se familiariser avec toutes les étapes et les techniques de la production vidéo : recherche, scénario, caméra, son, édition, production et diffusion. Ce fut la première activité et aussi la première erreur du projet : la formation insista trop sur la théorie et pas assez sur l'expérience directe sur le terrain.

Dans le processus d'enregistrement, d'interaction avec les paysans et de formation dans le domaine communautaire, il fallait aussi prendre en compte les cycles agricoles et la disponibilité des paysans pendant la journée. C'est pourquoi on décida de réduire la durée des vidéos de formation à une moyenne de 15 minutes.

En général, une équipe de deux personnes restait dans la communauté pendant le processus d'enregistrement vidéo des leçons qui seraient utilisées pour la formation. L'équipe elle-même développait au préalable un scénario qui était revu par le personnel technique du projet. Une fois l'enregistrement des images terminé, l'équipe retournait au siège du *CESPAC* à Lima, la capitale, pour produire un premier jet, qui à son tour était étudié par le personnel spécialisé en la matière avant d'être envoyé sur le terrain pour le tester avec les paysans. Les commentaires et les critiques de ceux-ci permettaient d'élaborer l'édition finale.

Les sujets traités par les leçons vidéo sont aussi variés que l'éventail des thèmes sur le développement rural. Pour une raison pratique, le *CESPAC* les a classés en plusieurs catégories : agriculture, élevage, ressources naturelles, santé et habitat, mécanisation, sylviculture et pisciculture.

Les premières caméras du *CESPAC* étaient en noir et blanc, avec des bandes d'enregistrement d'un pouce, et ce, jusqu'en 1978, lorsque le format U-Matic (3/4 de pouce) fut, introduit facilitant les enregistrements et le montage en couleur. Des années plus tard, quand les formats Betamax (Sony) et VHS (JVC) envahirent le marché, le *CESPAC* acquit cette technologie pour faciliter le processus de reproduction et de diffusion. Le *CESPAC* fit fabriquer des caisses en bois pour transporter et protéger les quelques 120 moniteurs et les magnétoscopes utilisés pour visionner les vidéos dans les villages. Le poids de chaque caisse dépassait 63 kilos, malgré l'emploi des technologies les plus légères disponibles dans les années quatre-vingts. Il fallut attendre la décennie suivante pour tirer avantage des progrès technologiques des projecteurs vidéo.

Le projet édita des manuels pour les formateurs et les participants, afin d'orienter le processus de formation au moyen d'exercices de questions-réponses, et d'activités pratiques. Pour en faciliter la compréhension, les guides étaient illustrés et les participants pouvaient les conserver comme référence pour le futur.

La méthode du *CESPAC* d'accumulation, de préservation et de reproduction des connaissances locales ainsi que l'utilisation des connaissances scientifiques modernes, permirent l'émergence de courants de communication dans diverses directions, créant ainsi des liens entre les communautés et les techniciens de développement rural et entre les communautés elles-mêmes. Les instruments de communication devinrent courants dans des zones rurales généralement dépourvues d'électricité et de lignes téléphoniques.

ORIGINES ET CONTEXTE

Le Pérou a connu des changements importants au cours des dernières décennies. Dans les années cinquante, la majorité de la population était constituée d'indiens quechua et aymara qui vivaient dans des zones rurales. l'exode rural modifia le rapport ville-campagne dans les années suivantes : 60 % de la population réside désormais dans des aires urbaines, la plus grande partie s'étant installée dans les bidonvilles autour de Lima. La capitale concentre six millions des vingt millions de Péruviens.

Les zones rurales de l'altiplano, de la côte et de la forêt amazonienne sont privées de services de base et d'investissements. L'agriculture a perdu peu à peu de son importance, seulement 3 % des terres sont

productifs. La pauvreté dans les zones rurales pousse à l'émigration vers les villes tandis qu'elle affecte profondément la structure sociale et économique des communautés rurales.

Le gouvernement militaire populiste du général Velasco Alvarado lança en 1969 une ambitieuse réforme agraire pour l'élimination des grandes propriétés improductives et la redistribution de la terre aux paysans, avec l'objectif d'encourager la formation de coopératives rurales et d'augmenter la production agricole pour la satisfaction des besoins nationaux.

Dans le même temps, la FAO et le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) appuyèrent la création du Centre de formation et de recherche pour la réforme agraire (CENCIRA).

Les grandes lignes du CENCIRA comprenaient une composante de communication pour le développement destinée à la formation et à l'orientation des « bénéficiaires » tout au long du processus. Des paysans avec un très bas niveau d'éducation formelle étaient désormais à la tête des coopératives, il devenait donc impératif de les mobiliser et de les former.

Au début des années soixante-dix, près de 42 % des hommes et jusqu'à 67 % des femmes rurales du Pérou étaient analphabètes. Il fallait donc une approche très novatrice pour faire face au défi d'amélioration du niveau éducatif et de diffusion des connaissances sur la modernisation de l'agriculture. On se décida immédiatement pour la vidéo sur la base de l'expérience antérieure que les spécialistes de la FAO avaient développée au Chili sous le gouvernement de Salvador Allende. Le projet commença en 1975 sous le nom de *CESPAC*.

IMPACT SOCIAL

Le succès du *CESPAC* eut une énorme influence sur la planification et la mise en œuvre de programmes de développement rural. L'utilisation de la vidéo dans les formations est maintenant acceptée par les gouvernements et les agences internationales de coopération en Amérique latine. L'expérience enrichissante du *CESPAC* fut déterminante dans la création de *PRODERITH* (Mexique) et du *CESPA* (Mali). Le personnel d'encadrement de ces deux projets avait travaillé auparavant avec Manuel Calvelo au sein du *CESPAC*.

Les résultats obtenus par le programme sont impressionants et témoignent de l'étendue des réussites : 150 Péruviens furent formés comme producteurs de vidéo, 200 autres apprirent à utiliser les programmes vidéo pour les activités rurales. Plus d'un millier de programmes vidéo furent produits. À la fin du projet, en 1986, 550 000 paysans avaient profité des sessions de formation vidéo. Chaque période de formation durait en moyenne six jours, et les paysans y participaient trois heures par jour. En 1980, les femmes constituaient 48 % des formateurs.

D'après Manuel Calvelo, les activités du *CESPAC* ne devraient pas être évaluées d'un point de vue coût/bénéfice mais plutôt investissement/résultats. Le coût total du programme de formation par personne s'élevait seulement à 24 dollars. « Nous avons établi un système très efficace, non seulement du point de vue financier mais aussi en termes d'objectifs pédagogiques ».

MÉDIAS ET MÉTHODES

La formation est une condition essentielle au développement rural. Beaucoup d'études ont prouvé que la productivité rurale est directement liée à la connaissance des techniques agricoles. Fréquemment, le manque d'information se traduit par de faibles indices de productivité des cultures. Un programme qui contribue à la formation, à l'organisation et au renforcement des communautés rurales, comme le *CESPAC*, peut vraiment obtenir des changements, en particulier si l'effort est soutenu des années durant.

L'essence du *CESPAC,* c'est la *capacitación*, un terme qui, en espagnol, est pleinement intégré au langage du développement, mais qui, dans d'autres langues, n'a pas de traduction exacte. Il va au-delà de la simple formation. En anglais (ou en français, NDT), il est difficile d'exprimer ce concept en un seul mot, car il n'est pas limité à l'acquisition d'habilités techniques ou à l'amélioration des connaissances à travers l'information. Il implique en outre l'organisation d'individus et de communautés pour leur permettre de transformer leur réalité et de se renforcer par un processus d'appropriation d'instruments et de concepts qu'ils peuvent ensuite appliquer au développement.

L'une des plus grandes avancées méthodologiques du *CESPAC* fut l'intégration des connaissances et des pratiques originales des paysans, au lieu d'en écarter maladroitement leur culture et de les traiter comme des « ignorants ». Ainsi Calvelo empêcha que le projet ne tombât dans des pratiques qu'il qualifiait de « terrorisme académique ».

La formation se faisait en aymara et quechua, les langues maternelles des paysans, intégrant toutes sortes de codes culturels qui font partie de la vie quotidienne. Les contenus s'orientaient vers des résultats pratiques que les paysans pouvaient utiliser. La « pédagogie visuelle », conçue par Manuel Calvelo et son équipe, fut synthétisée en une phrase : « Si je l'entends, je l'oublierai peut-être ; si je le vois, je m'en souviendrai peut-être ; si je le fais, je saurai. »

OBSTACLES

Quand le *CESPAC* commença à utiliser la vidéo sur le terrain, la technologie était très précaire, comparée à la technologie actuelle. C'est pour cela même que l'expérience fut d'autant plus révolutionnaire pour son époque. Au début des années soixante-dix, on travaillait en noir et blanc, avec des caméras à tube et des bandes enregistreuses ouvertes. L'équipement était lourd, difficile à transporter et exigeait de lourdes batteries ou de l'électricité pour fonctionner.

Une difficulté majeure fut que le projet ne réussit jamais à développer un processus de sélection du personnel qui fût cohérent avec les besoins de la population rurale. Dans de nombreux cas, le gouvernement imposa du personnel qui n'était pas à la hauteur des tâches demandées, ni suffisamment motivé et engagé, et indifférent à la langue et aux habitudes locales. La formation initiale en 1975 fut trop longue et trop théorique, défauts qui furent corrigés dans les années suivantes.

Quant à la participation des paysans dans les productions vidéo, Colin Fraser affirme qu' « une analyse objective démontrerait qu'il n'y eut pas suffisamment de participation paysanne ; le projet se développa sous une telle pression pour survivre qu'il ne fut pas capable de répondre convenablement à cet aspect ».

RÉFÉRENCES

Un Nuevo enfoque para la comunicación rural : la experiencia peruana en video para la capacitación campesina. Étude de cas, FAO, 1987.

Fraser, Colin. « Video y Desarrollo Rural ». In *Chasqui* Nº 33, Quito 1990.

Information additionnelle de Manuel Calvelo obtenue par courrier électronique.

PRODERITH



Mexique

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Programa de Desarrollo Rural Integrado del Trópico Húmedo (PRODERITH)
PAYS :	Mexique
OBJECTIFS :	Développement rural dans les zones tropicales humides
LIEU :	San Luis Potosi, Yucatan, Chiapas
BÉNÉFICIAIRES :	800 000 paysans agriculteurs
PARTENAIRES :	Facultad Latino Americana de Ciencias Sociales (FLACSO), Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA), Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (SARH), Comisión Nacional del Agua (CNA)
FINANCEMENTS :	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), Banque mondiale, Gouvernement du Mexique
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

Le viel homme charismatique, avec ses cheveux blancs et sa barbe blanche, resta assis de longues heures, jambes croisées, face à la caméra vidéo. Il parla avec aplomb du passé, de la Révolution, de la grandeur de la culture maya et de la vie d'aujourd'hui. Il déplora la disparition de certaines traditions mayas comme le potager familial, expliqua comment il cultivait son propre maïs et se plaignit des jeunes d'aujourd'hui qui ne savent même plus faire ça. Il accusa la jeunesse d'abandonner tout ce qui est bon dans la culture maya. Désormais, ils vendent des œufs pour acheter des cigarettes et des boissons gazeuses, de sorte qu'il n'est guère surprenant que l'alimentation actuelle soit plus pauvre que celle qu'il avait connue dans sa jeunesse […] et ainsi de suite.

De nombreuses communautés assistaient en silence à la projection des vidéos. Au crépuscule, sous un arbre, surgissaient à l'écran les paroles en langue maya. La voix éloquente du vieil homme et ses gestes emphatiques

captivaient le public. Pour beaucoup, c'était la première fois qu'ils écoutaient quelqu'un parler des aspects concrets de leur culture. C'était aussi la première fois qu'ils voyaient un paysan comme eux à la « télévision », parlant dans leur propre langue. Sans cesse, ils demandaient qu'on leur repasse la vidéo.

L'effet désiré avait été obtenu : les paysans commencèrent à évaluer leur situation et à réfléchir sérieusement sur leurs valeurs. Ainsi, le terrain était prêt lorsque PRODERITH entamait une discussion sur des propositions de développement.

Voyons un autre exemple de système de communication contribuant à la facilitation du processus de participation. Les techniciens d'un projet avaient proposé un plan de drainage pour réguler les inondations périodiques qui se produisaient à un endroit donné. Selon l'avis de l'un des paysans, ce plan ne pouvait pas marcher parce que les techniciens s'étaient trompés dans leur analyse des causes de l'inondation. Le paysan fut filmé tandis qu'il expliquait ses raisons et dessinait sur la terre un diagramme qui illustrait son point de vue. La vidéo fut montrée aux techniciens, lesquels, après avoir étudié de nouveau la situation, reconnurent que le paysan avait raison.

—Extraits de l'étude de cas sur *PRODERITH*, réalisée par la FAO.

DESCRIPTION

Le Programme de développement rural intégré dans les zones tropicales humides (*PRODERITH*) a connu deux phases distinctes : de 1978 à 1984, et de 1986 à 1995. Dès le début, *PRODERITH* reçut l'appui technique de la FAO et des prêts de la Banque mondiale. Au niveau institutionnel, il dépendit d'abord du Secrétariat à l'agriculture et aux ressources hydrauliques (SARH) du gouvernement du Mexique, mais cela changea peu à peu à mesure que les institutions du gouvernement subissaient des changements politiques et administratifs.

L'objectif de *PRODERITH I* était l'augmentation de la production agricole dans les zones tropicales, l'amélioration du niveau de vie des paysans pauvres et la conservation des ressources naturelles. Les activités comprenaient la construction de routes, la conservation des sols, l'accord de crédits et la participation sociale des paysans. Finalement, la participation communautaire devint l'objectif principal, et, bien qu'un Système de communication rurale eût été créé au sein du projet, le sigle *PRODERITH* devint synonyme des activités de communication et, en particulier, de la composante vidéo.

Les stratégies de développement du projet peuvent se résumer ainsi : premièrement, il devait s'agir d'un *processus d'apprentissage* générant des expériences de terrain suffisamment importantes pour qu'elles soient par la suite reproduites sur une échelle plus grande ; deuxièmement, le but était d'obtenir une *participation active* de tous, tant des paysans que du personnel du projet. Troisièmement, la coordination entre les différentes institutions impliquées dans le développement rural communautaire devait être facilitée.

L'environnement rural de l'expérience pilote comprenait 3 500 familles paysannes réparties sur 54 000 hectares dans trois aires de projet. Dans la seconde phase, ces chiffres augmentèrent dans une grande proportion, ce qui eut une incidence négative sur la qualité des résultats.

La principale activité au niveau des communautés était la formation au moyen de la vidéo. Entre 1978 et 1984, près de 345 vidéos furent produites, en plus d'autres matériels d'appui. On disposait de caméras dans les zones du projet, mais l'édition était centralisée au siège du projet à Cuernavaca. Des équipements U-Matic de 3/4 de pouce furent d'abord utilisés pour enregistrer et éditer, mais par la suite, dans les années 1980, de nouvelles technologies furent adoptées, y compris l'animation par ordinateur.

La crise économique du Mexique dans les années 1980 entraîna des ajustements structurels qui affectèrent les projets de développement du gouvernement, y compris *PRODERITH*, lequel perdit 70 % de son personnel technique sur le terrain. Ainsi, quand la seconde phase commença en 1986, les objectifs étaient certes plus ambitieux mais il y avait moins de ressources humaines pour faire face aux énormes problèmes que la crise avait laissés dans les zones rurales.

À contretemps, on tenta de décentraliser et d'accorder plus de pouvoir aux organisations paysannes, en mettant en place cinq Unités régionales de communication à San Luis de Potosi, Yucatan (2), et Chiapas (2). Sous la direction de celles-ci, de nouvelles Unités locales de communication (ULC) furent organisées, ainsi que des « Comités de communication » formés par des membres de la communauté. Les ULC furent équipées d'un système complet de haut-parleurs, d'amplificateurs et enregistreurs, ainsi que d'un espace couvert pour les réunions et les projections vidéo.

Le Système de communication rurale absorba 2,2 % du coût total de *PRODERITH*, ce qui était insignifiant si l'on considère que l'investissement total pour les deux phases s'éleva à 292 millions de dollars. Sur les 5 millions de dollars utilisés pour les activités de communication, 20 % furent dépensés en équipements. Le coût estimé de production d'une vidéo de 15 minutes était approximativement de 3 000 dollars à 5 500 dollars.

ORIGINES ET CONTEXTE

La politique de développement rural du Mexique fut pendant des décennies dominée par l'objectif d'expansion de l'irrigation aux zones arides. Néanmoins, dans les années 1960, la nécessité d'augmenter la production alimentaire et le coût élevé des projets d'irrigation conduisirent à accorder une plus grande attention au potentiel des zones tropicales humides et aux zones pluvieuses, qui représentaient jusqu'à 75 % de la zone cultivée, en particulier dans les plaines côtières.

La première tentative de changement de stratégie échoua avec fracas et n'atteignit pas ses objectifs finaux. Le Plan Chontalpa eut un certain succès au niveau de l'installation d'infrastructures dans l'état de Tabasco, accordant des crédits et une assistance technique aux paysans, mais ce fut un fiasco en terme de participation communautaire. Il s'agissait d'une intervention verticale, sans consultation préalable des bénéficiaires potentiels. Les paysans ne s'identifièrent pas au projet et ils ne surent pas non plus utiliser et maintenir l'infrastructure correctement.

Étant donnée l'importance de la zone tropicale humide (23 % de la superficie totale) pour l'avenir de l'agriculture mexicaine, le gouvernement décida de continuer sa nouvelle politique malgré l'échec du Plan Chontalpa. Cette fois, la stratégie inclut une composante de communication pour s'assurer de la participation active des communautés, et de cette façon, garantir que les communautés acceptent et s'approprient les propositions.

Durant la période de recherche, qui eut lieu en 1977, une caméra vidéo fut utilisée pour aider les paysans à analyser leur situation et leur problèmes, pour enregistrer les réunions et montrer les images aux communautés durant le processus d'élaboration des plans futurs. La vidéo se révéla un outil excellent pour la motivation des paysans et leur rapprochement du processus de planification. Cela conduisit à l'élaboration d'un projet spécifique avec une composante importante de communication, où la vidéo jouait un rôle central. C'est ainsi que naquit *PRODERITH* en 1978.

IMPACT SOCIAL

Durant les deux phases de *PRODERITH*, plus de 700 vidéos de formation furent élaborées avec leurs matériels imprimés respectifs, et plus de 800 000 personnes participèrent aux sessions de formation. Celles-ci eurent indubitablement un impact sur la vie des paysans, puisqu'elles couvraient les thèmes de l'agriculture, la pêche, l'élevage, la santé, la nutrition, l'environnement, l'eau, l'organisation communautaire et tous les autres thèmes liés aux besoins de la population rurale. À l'apogée de sa productivité, en 1981, l'équipe de communication pouvait produire jusqu'à cent vidéos en une année.

Les paysans ont souvent des difficultés à exprimer leur vision de la réalité, et partagent rarement leur perception avec des gens étrangers à la communauté. *PRODERITH* contribua au développement rural en facilitant l'expression collective de la réalité, des problèmes et des options pour l'améliorer. La méthodologie de la vidéo rendit possible le débat interne sur l'histoire, la culture et les perspectives futures des communautés impliquées dans le processus de communication.

D'un point de vue plus large, l'exemple de *PRODERITH* montre comment la communication peut devenir l'instrument moteur d'un programme important de développement rural. Il montre que la communication peut s'intégrer complètement si elle est identifiée comme une nécessité dès la conception du programme. Selon l'évaluation de la FAO, « le Système de communication rural développé par *PRODERITH* fut particulièrement créatif et efficace ».

MÉDIAS ET MÉTHODES

Comme l'ont montré de nombreux rapports sur le développement rural, de meilleures connaissances et compétences améliorent la productivité et les niveaux de vie dans le domaine rural. Pour couvrir ces besoins, le Système de communication rurale de *PRODERITH* adopta une méthodologie basée sur la vidéo et les matériels imprimés, l'ensemble constituant des *paquets pédagogiques*. Chaque paquet pédagogique couvre un thème, lui-même divisé en une série de vidéos-leçons. Un guide imprimé pour les techniciens qui utilisent le matériel leur fournit une information complémentaire sur le thème et sur le mode d'utilisation du paquet.

La méthodologie fut appliquée principalement à des unités de terrain, des petites équipes techniques de promoteurs travaillant au niveau communautaire. Ils utilisaient la vidéo pour encourager les discussions sur des thèmes importants pour la communauté, et faciliter ainsi un processus participatif dans l'élaboration du Plan de développement local qui permettrait à *PRODERITH* d'engager des actions concrètes.

Cette même méthodologie de vidéo fut également utilisée pour former le personnel du projet et pour compléter les rapports et les évaluations avec des images.

OBSTACLES

Il paraît difficile de reproduire le modèle du *PRODERITH* en raison du coût élevé de cette expérience. Le programme n'a pu se maintenir, au fil des ans, que grâce à une injection permanente de fonds prêtés par la Banque mondiale et cela n'est possible que dans un pays débiteur de l'envergure du Mexique.

Pour cette même raison, le processus de décentralisation et même la perspective de transférer l'expérience aux communautés s'avéra peu réaliste et se fit à contretemps, d'autant plus que le projet initial s'était doté d'une structure excessivement centralisée et très lourde en termes de personnel technique spécialisé.

Dans la période de *PRODERITH I*, durant la phase de prospérité économique, il n'y eut pas de tentative sérieuse de transférer le contrôle du système de communication aux communautés, ou même

de le décentraliser. Durant *PRODERITH II*, la phase de crise, la décentralisation n'était rien d'autre qu'une tentative de transférer le coût et la responsabilité de la crise sur les épaules des communautés. Il ne pouvait y avoir de réussite à grande échelle. Il était déjà trop tard pour commencer.

Les changements institutionnels dans un pays qui, tous les six ans, subit un profond changement politique, affectèrent aussi *PRODERITH*, puisque celui-ci, en tant qu'agence de développement du gouvernement, faisait partie de l'enjeu politique. Fin 1995, les cinq Unités régionales de communication faisaient face à un futur incertain, leurs chances de survie sans financement extérieur étant très difficiles.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre s'appuie principalement sur :

Comunicación para el desarrollo rural en México : en los buenos y en los malos tiempos. Étude de cas, FAO, Rome 1996.

Fraser, Colin et Restrepo-Estrada, Sonia. *Communicating for development : human change for survival.* Londres-New York : I.B. Tauris, 1998.

THÉATRE KERIGMA



Colombie

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Fundación Teatral Kerigma
PAYS :	Colombie
OBJECTIFS :	Développement culturel, connaissances, participation
LIEU :	Bosa
BÉNÉFICIAIRES :	Population de Bosa, Usaquén, Ville de Bolivar, Soacha, Kennedy
PARTENAIRES :	Colnodo, Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP), Colombie, Corporación Raíces, Universidad Central, Programa por La Paz, et d'autres.
FINANCEMENTS :	Netherlands Organisation for International Development Cooperation (NOVIB), DIAKONIA, Ministère de la Culture, Instituto Distrital de Turismo
MÉDIAS :	Théâtre

ANECDOTES

Aux confins de la grande ville, dans les faubourgs qui unissent Bogota à la municipalité de Soacha, survit un quartier qui, à première vue, semble impersonnel : La Despensa. Ses maisons inachevées semblent faire fi de toute considération esthétique. Brique après brique, toutes ses façades finissent par se ressembler, produisant l'impression générale d'une architecture délabrée et monotone.

Les magasins, qui proposent des décoctions curatives faites maison, les garages où l'on répare de vieux camions datant de la seconde guerre mondiale et les stands de nuit des vendeurs de hot-dogs font partie du paysage local. Dans ces rues se sont tissés de forts liens de solidarité, d'amitié et d'affection. C'est ici que, il y a 22 ans, l'expérience de la Fondation Kerigma *a commencé et grandi, nourrie par un solide et subtil réseau de relations humaines plus important que les idéologies et les difficultés économiques ou personnelles.*

Kerigma, c'était au départ un groupe de jeunes qui se réunissaient à la paroisse, dans les maisons ou dans les rues. Puis, ils s'installèrent dans une petite pièce communale constamment inondée. Un jour, ils réussirent finalement à louer un petit local qu'ils utilisèrent pour des répétitions, des expositions ainsi que pour des ateliers de danse, de musique et de théâtre.

En 1988, la Fondation Kerigma *reçut en donation une maison. Avec l'appui du programme Librovía, la maison fut remise en état et agrandie en 1991. C'est aujourd'hui un bâtiment de trois étages, rempli d'enfants et de jeunes, de sourires et de rêves, de répétitions et d'exercices, de visiteurs et de public. C'est maintenant le siège de la Maison de la Culture, avec une petite salle de théâtre, des salles d'atelier et de lecture, une bibliothèque, une salle équipée pour des formations à l'informatique et un libre accès à Internet, un espace pour le matériel vidéo et photo.*

« Assurément, nous n'avons pas eu de temps de devenir nostalgiques, parce que tout ceci est très vivant. En revanche, ce qu'on a en abondance, c'est du temps pour tomber amoureux. » — EXTRAITS D'UN ARTICLE DE JAIRO CHAPARRO VALDERRAMA, PRÉSIDENT DE LA CORPORACIÓN RAÍCES.

DESCRIPTION



Kerigma est une ONG culturelle qui rassembla en 1978 un groupe de jeunes gens avides de promouvoir le théâtre dans la localité de Bosa, à Bogota. En 1979, le groupe de théâtre présenta « Les exceptions et la règle » de Bertolt Brecht, et depuis lors, de nombreuses pièces s'ajoutérent à son répertoire. *Kerigma* créa ses propres œuvres et adapta au contexte local les œuvres d'autres auteurs, les rapprochant de plus en plus des besoins de la communauté, de l'analyse sociale et de la participation des citoyens.

Selon le public, *Kerigma* établit une distinction méthodologique entre les œuvres présentées en salles et celles montrées dans des espaces ouverts, dans les rues. Durant les premières années, une vingtaine de pièces, la plupart d'auteurs connus tels que Brecht et Tennessee Williams, furent montées au théâtre. Cependant, *Kerigma* opta de plus en plus pour des auteurs latino-américains et développa ses propres créations collectives, sous la direction d'Enrique Espitia León et de Camilo León Mora. Bien que *Kerigma* dispose désormais d'un théâtre pour 100 personnes, avec une scène de 64 mètres carrés, elle a, ces dernières années, préféré les espaces ouverts, montrant ainsi un intérêt croissant pour le travail communautaire.

Bien que le théâtre constitue le facteur le plus dynamisant parmi les activités de *Kerigma*, l'organisation se développa aussi dans d'autres domaines. Ses activités de promotion de la participation communautaire accordent une place importante à la formation. Tous les ans, de nouvelles activités de formation sont organisées, pour la plupart des ateliers d'art et de communication alternative destinés à de jeunes journalistes.

Chaque année *Kerigma* organise le « Festival des arts populaires » (« Muestra de Arte Popular ») qui célébra en 2000 sa 20ème édition. La participation à cet événement a crû de manière constante. En 1981, seuls quatre groupes participèrent à la première édition du festival. Depuis 1995, plus de 30 groupes prennent part à chaque édition.

En plus d'événements théâtraux, *Kerigma* produit une série de publications et de productions audiovisuelles. Avant que *Kerigma* ne s'établisse formellement comme une fondation indépendante pour le développement de Bosa, le groupe avait édité plusieurs publications comme *Cartilla Raíz* (1979), et *Boletín de Casa de la Cultura* (1987). Depuis 1992, *Kerigma* publie son propre bulletin, *Notas de Encuentro*, qui est maintenant une page régulière de son site Web. Les vidéos produites montrent les activités de *Kerigma*, particulièrement celles liées au développement communautaire et à la participation des citoyens à Bosa. Ces vidéos furent produites en partenariat avec d'autres ONG et agences de développement.

Kerigma fut sélectionnée en 1997 avec la Fondation Pepaso et la Fondation AVP, pour accueillir une des Unités d'information de quartier (*Unidades Informativas Barriales*, UIB), un projet promu par Colnodo avec le soutien du Centre international de recherche sur le développement (*International Development Research Center*, CIDR, Canada). Colnodo établit les UIB avec l'objectif de réévaluer les connaissances locales et d'en faciliter l'accès. « Chaque être humain est en soi une connaissance vivante, une information en mouvement, générateur d'impulsions de communication, ce qui en fait un acteur potentiel de développement ». Le programme vise à récupérer les connaissances populaires et à les organiser de manière à ce qu'elles facilitent la participation citoyenne dans le développement. Les ordinateurs sont utilisés pour réunir et classer l'information, et des services de courrier électronique ou Internet sont offerts à la communauté.

La collaboration avec Colnodo, une organisation qui prône l'utilisation d'Internet pour le développement communautaire, a ouvert les horizons de *Kerigma* qui a gagné en visibilité tandis qu'elle développait une nouvelle ligne de travail communautaire. Le site Web de *Kerigma* est maintenant une fenêtre permettant au monde de jeter un coup d'œil sur les activités de ce groupe de théâtre et de cette organisation culturelle.

ORIGINES ET CONTEXTE

Bosa est l'une des 20 localités de Santa Fe de Bogota, la capitale de la Colombie. Bien qu'habitée dans le passé par des indigènes *chibchas*, il reste très peu de traces de son ancienne identité culturelle. Les petites huttes rurales ont disparu il y a deux siècles, mais la zone est toujours importante pour l'agriculture, avec des cultures de blé, de pommes de terre et d'orge. Vers 1950, la population était inférieure à 20 000 habitants mais le chômage et la violence croissante dans les zones rurales poussèrent des milliers de personnes à s'exiler vers la capitale et très vite, Bosa devint une localité urbaine supplémentaire de Bogota.

Aujourd'hui, Bosa est divisée en 283 quartiers pour un total de 250 000 habitants. L'exode a accentué les problèmes sociaux et la pauvreté à Bosa et dans d'autres localités périphériques de Bogota. Cependant, Bosa a bénéficié dans le même temps des programmes culturels et éducatifs initiés par quelques institutions.

Le « Grupo Juvenil *Kerigma* » (Groupe de jeunes *Kerigma*) a parcouru un long chemin depuis ses débuts dans les années soixante-dix dans la promotion du développement du théâtre communautaire. Des années plus tard, *Kerigma* inaugura la Maison de la Culture de Bosa et diversifia ses activités. Le slogan du Festival des arts populaires est significatif : *Cultura para la Paz y la Convivencia* (« Culture pour la paix et la réconciliation »).

IMPACT SOCIAL

L'impact social de *Kerigma* sur le développement communautaire de Bosa est visible dans le renforcement de l'identité culturelle, la participation citoyenne et la promotion de l'administration locale. Les activités de théâtre, de musique et de danse, les festivals d'arts, les publications, la production audiovisuelle, les ateliers de formation etc., ont attiré avec succès un vaste public d'enfants, de jeunes et d'adultes. L'organisation a réussi à articuler les concepts de culture et de société, de culture et de développement, et de culture et de participation.

Un autre aspect du changement social encouragé par *Kerigma* consiste dans le travail en réseau avec d'autres institutions et organisations culturelles. Cette initiative conduisit à la constitution de groupes de théâtre dans d'autres localités de Colombie, comme le *Teatro Esquina Latina* (Cali), la *Corporación Nefesh* (Medellín), le *Teatro El Agora* (Envigado), le *Grupo Teatro Tecoc* (Bello), le *Grupo Jocrar* (Medellín), et plusieurs autres compagnies de Bogota.

Le travail de *Kerigma* a dépassé le cadre de la communauté pour atteindre un niveau international. La compagnie a participé à des festivals internationaux de théâtre avec des pièces comme *Carreras por el Poder* (« Courses pour le pouvoir ») et *Pies Hinchados* (« Pieds enflés »), une adaptation de l'œuvre classique *Œdipe Roi*.

Une des réussites les plus importantes du projet de l'UIB, soutenu par Colnodo, fut la facilitation de l'accès aux ordinateurs et à Internet dans des quartiers d'ouvriers à faible revenu, brisant ainsi la centralisation typique de l'accès aux nouvelles technologies dans la capitale colombienne. L'expérience participative de l'UIB de *Kerigma* fut présentée à la Conférence sur la connaissance mondiale II, organisée à Kuala Lumpur en mars 2000. L'UIB de *Kerigma* reçoit régulièrement des visites de groupes culturels qui utilisent les ordinateurs, surtout pour élaborer des documents et les imprimer. Comme nombre de ces organisations n'ont pas de siège propre, elles trouvent en l'UIB un environnement propice aux recherches et à la préparation de projets.

MÉDIAS ET MÉTHODES

L'expansion de la couverture culturelle de *Kerigma* à Bosa a amené l'organisation à concentrer ses efforts sur une investigation des caractéristiques sociales, économiques et culturelles de la localité. L'étude fut réalisée en collaboration avec l'Université centrale et plusieurs institutions locales. Colnodo publia les résultats de la recherche sur Internet.

La méthodologie de recherche fournit à *Kerigma* une information très complète sur les interactions sociales dans la localité de Bisa, consolidant ainsi le travail conçu sur la base de connaissances empiriques. L'étude réalisée comprenait une « carthographie culturelle » de Bisa, de même que des données spécifiques sur des aspects sociaux, économiques, institutionnels et géographiques.

Ce fut un défi pour *Kerigma* d'intégrer les outils des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Le groupe explora des chemins novateurs pour le développement d'activités de formation pour enfants et adultes, en utilisant des approches participatives pour la constitution et l'organisation collectives de la connaissance.

OBSTACLES

Les obstacles les plus récents sont liés à l'implantation et à la pérennité de l'UIB. Malgré sa réputation d'institution culturelle bien établie, *Kerigma* a dû faire face à l'indifférence de beaucoup de bénéficiaires potentiels lors de l'introduction des nouvelles technologies.

« Aujourd'hui encore, l'UIB n'a pas de visiteurs réguliers que ce soit de l'organisation elle-même, ou d'ailleurs. Seuls les coordinateurs de l'Unité font un usage régulier du courrier électronique et d'Internet », selon Luis Fernando Barón, du Centre de recherche et d'éducation populaire (*Centro de Investigación y Educación Popular*, CINEP).

Le manque d'articulation entre l'UIB et les activités générales de *Kerigma* dans le domaine communautaire explique en partie la résistance culturelle et les préjugés de la population locale envers l'utilisation des ordinateurs et d'Internet. Ceux qui utilisent le plus les services sont les étudiants et les organisations qui tentent d'améliorer la présentation de leurs documents de travail. Les traitements de texte et les imprimantes sont les plus demandés, tandis qu'Internet et le courrier électronique le sont plus rarement. Ceci semble indiquer que l'objectif initial de rendre la connaissance accessible à la communauté a échoué. Cependant, le processus est encore très récent et on espère que d'ici deux ou trois ans, des changements se produiront, à condition d'une mise en place de stratégies adéquates de promotion de l'UIB.

Les pannes fréquentes du système, du fait de lignes téléphoniques défaillantes et de coupures d'électricité répétées, ont représenté un obstacle supplémentaire.

RÉFÉRENCES

L'information pour ce chapitre a été fournie par Marcya Hernández et Sylvia Cadena par un échange de courriers électroniques.

Le site web de Kerigma est : http://www.uib-Kerigma.colnodo.org.co

Hernández, Marcya. *De la Educación y la Participación Ciudadana en Colombia*. Bogotá : Fondation Kerigma, 1999.

Baron, Luis Fernando. « Experiments in community access to new communication and information technologies in Bogotá ». CINEP. In *Telecentre Evaluation : A global perspective.* IDRC, 1999.

THÉÂTRE LA FRAGUA



Honduras

FICHE TECHNIQUE

NOM : Teatro La Fragua

PAYS : Honduras

OBJECTIFS : Prise de conscience communautaire, créativité culturelle

LIEU : El Progreso

BÉNÉFICIAIRES : El Progreso, région côtière dans le nord du Honduras

PARTENAIRES : Communauté Jésuite

FINANCEMENTS : Misereor, Trocaire, Acción Cuaresmal Suiza (40 %), donations privées (50 %), vente de tickets d'entrées (10 %)

MÉDIAS : Théâtre

ANECDOTES

Trois acteurs, deux musiciens, une scène vide. Une manière délibérée de commencer, une introduction forte et le public soudain silencieux, saisi par la force électrisante des acteurs. Leur présence physique occupe tout l'espace et ne diminue pas. La majorité du public n'avait jamais imaginé que l'être humain fût capable de manifester cette force crue, cette force qui procède de la vision, de l'inspiration et d'un long travail. Une force brute déchaînée qui émane de l'âme et non d'une arme. La force de l'espoir, et non de la peur.

Au début, le public n'est pas sûr de cette présence. Une incertitude nerveuse s'empare de la foule ; les acteurs peuvent le sentir, et leurs rythmes sont rigides. Puis les enfants sauvent l'instant : l'honnêteté des enfants qui ne savent pas que leur espoir dépend d'un créancier étranger.

Le rire limpide d'une enfant de quatre ans retentit à travers l'obscurité, la sensation d'oppression s'évanouit et les adultes se joignent à la fillette. Les acteurs luttent pour rester concentrés, un des musiciens ne peut réprimer un large sourire alors que le rire continue de secouer l'audience. Une enfant avait réussi à sauver la situation. Du haut de ses quatre ans, une enfant avait révélé à tout un chacun une impulsion, elle enseigna à ses parents,

à ses aînés, la plus simple des leçons de la vie : la joie est la première rébellion contre les oppresseurs […] un acte sauvagement révolutionnaire, un défi à toute autorité qui affirmerait que la vie est faite de souffrances. C'est du théâtre cru, courageux et dur sur une terre harcelée par des ouragans, la déforestation, la corruption et la pauvreté. Un théâtre qui considère qu'il est aussi important de former son public que ses acteurs ; un théâtre qui, pour captiver son audience, doit entrer en compétition avec les combats de coqs, les duels à la machette, les inondations, les récoltes et l'analphabétisme culturel qui ont volé aux gens leur fier héritage maya. Un théâtre tenace qui refuse de se donner pour vaincu face aux ponts emportés par le fleuve, aux maigres finances et aux routes comparables à un paysage lunaire.

Pourquoi faire du théâtre dans un pays désespérément pauvre comme le Honduras ? Pourquoi faire du théâtre quand il y a tous ces autres besoins si évidents ? Le théâtre ne va pas faire baisser les indices de mortalité infantile. Le théâtre n'atténuera même pas la souffrance d'un enfant mourant de malnutrition. Le théâtre ne réussira jamais à changer le monde. Mais le rire d'une enfant nous rappelle que le théâtre peut satisfaire d'autres besoins, peut-être tout aussi désespérés : il peut faire rire un enfant. Peut-être peut-il même donner à cet enfant un soupçon d'espoir. — ÉCRIT PAR JACK WARNER S.J., FONDATEUR ET DIRECTEUR DU *TEATRO LA FRAGUA*.

DESCRIPTION



Le *Théâtre La Fragua*, le « Théâtre la forge », est un groupe théâtral d'El Progreso, la troisième ville du Honduras. Son objectif est de « forger une identité nationale par l'expression du peuple » et de « réveiller la créativité populaire à l'aide du théâtre, pour trouver des solutions aux problèmes actuels ». Jack Warner, un prêtre jésuite, en est le directeur depuis sa création en 1979. La compagnie est composée de quatorze Honduriens qui, en plus de jouer, s'occupent de la maintenance et des relations publiques. Le *Théâtre La Fragua* a débuté dans le village d'Olanchito, à l'est du pays, mais il a très vite déménagé à El Progreso, plus accessible pour les grands centres de population comme San Pedro Sula, la capitale économique du Honduras. Le bâtiment qui accueille actuellement le théâtre se trouvait alors en très mauvais état, comme tout El Progreso. Par le passé, il avait servi de salle des fêtes du club sportif d'une compagnie bananière, un endroit où les cadres et leurs familles se réunissaient pour fêter et danser.

La stratégie adoptée par le *Théâtre La Fragua* pour aborder des thèmes sociaux et pour avancer dans sa mission de formation d'une identité nationale hondurienne comprend : 1) la mise en scène d'auteurs latino-américains ; 2) des représentations à caractère religieux comme *Les Evangiles en direct !* et 3) des adaptations dramatiques de contes, de mythes et du folklore hondurien.

De nombreuses œuvres dramatiques furent créées par *La Fragua* : des explorations de l'histoire et des traditions d'Amérique centrale, des mises en scène de paraboles bibliques dans le contexte hondurien, des adaptations du théâtre classique et des pièces de théâtre pour enfants. Les représentations se tiennent sur les places, dans des églises et des cours d'écoles, en priorité pour un public de défavorisés et d'ouvriers analphabètes, sans accès aucun aux sources de la culture officielle, et qui, autrement, n'auraient jamais eu l'opportunité de voir une œuvre théâtrale. Le principe de base est le suivant : « Si le peuple ne peut venir au théâtre, alors le théâtre doit venir au peuple. C'est dans les petits villages que nous visitons que nous trouvons toujours les publics les plus enthousiastes. Ils nous traitent comme si nous étions vraiment importants », affirme l'actrice Nubia Canales.

En plus de monter des pièces de théâtre, *La Fragua* a développé un programme de formation au Honduras, au Nicaragua, au Salvador, au Costa Rica, à Cuba, au Guatemala et à Belize et il a réalisé des tournées aux États-Unis, au Mexique, en Espagne et en Colombie. Plus de 600 jeunes ont participé aux sessions. De même, quelques artistes honduriens furent invités à se produire à la salle de théâtre de *La Fragua,* parmi eux El *Teatro Latino* (marionnettes), *Son Cinco* (danse moderne) et Guillermo Anderson (un chanteur-compositeur qui mélange jazz et reggae avec les rythmes de la côte caribéenne du Honduras).

La Fragua opère sous les auspices des Jésuites, propriétaires du complexe dans lequel fut construite la salle de théâtre. La compagnie consacre six mois par an à la représentation de pièces religieuses relatives aux fêtes de Noël et à la Pâques, et réserve l'autre moitié de l'année aux autres œuvres plus séculaires. Beaucoup de ses membres ont rejoint le groupe après avoir participé aux activités pour la jeunesse organisées par l'Église, lesquelles comprenaient aussi les cours de théâtre donnés par la compagnie. Ce lien religieux offre au groupe un réseau de soutien et une certaine légitimité publique dans une société où la plupart des institutions privées et publiques sont minées par l'inefficacité et la corruption.

Un groupe international d'« amis » du *Théâtre La Fragua* finance 50 % des fonds de fonctionnement. Des institutions religieuses comme Misereor, Trocaire et d'autres contribuent à hauteur 40 %, tandis que le reste est obtenu grâce aux contributions locales et aux recettes générées par les entrées.

Le *Théâtre La Fragua* a survécu à l'indifférence du public, aux avatars économiques et à la répression politique, et il est devenu le groupe de théâtre populaire le plus stable et le plus durable d'Amérique latine.

ORIGINES ET CONTEXTE

Le Honduras a une longue histoire douloureuse de dépendance et de sous-développement. C'est un pays qui porte encore le poids d'un passé féodal, où la majorité des paysans ne sait ni lire, ni écrire et où la malnutrition chronique et les maladies rendent la survie très difficile. Les paysans cultivent à même les pentes rocheuses et escarpées, pas très loin des gigantesques plantations de fruits fertiles des multinationales. Le pays est l'exemple même d'une « république bananière ». Durant plusieurs décennies, il fut sous le joug de la multinationale *United Fruit Company* et servit de base militaire pour les troupes des États-Unis pendant les années d'activité des guérillas au Nicaragua, au Salvador et au Guatemala. Les statistiques sur l'espérance de vie, le chômage et le revenu par habitant indiquent que le pays est toujours derrière ses voisins, même ceux affectés par la guerre civile. Tout cela, malgré une décennie d'aide militaire et économique sans précédent des États-Unis, y compris des millions de dollars canalisés à travers les projets de l'USAID et l'un des plus vastes programmes du monde de l'organisation américaine d'envoi de volontaires pour la paix (*Peace Corps*).

Le pays est à la recherche de son identité historique et culturelle. Du temps des mayas, les quelques regroupements indigènes se trouvaient à la périphérie d'un empire centré sur les hauteurs du Guatemala et dans les plaines du Yucatan. Durant la colonisation, le Honduras n'était qu'une province éloignée du royaume hispanique du Guatemala. Quand il accéda à l'indépendance, des intérêts impériaux britanniques contrôlaient de grandes étendues de la vaste côte caribéenne du pays, qui, sur le plan logistique, étaient très éloignées de la capitale Tegucigalpa. Au XXème siècle, les compagnies fruitières multinationales exercèrent une souveraineté économique sur cette même côte.

IMPACT SOCIAL

À la différence d'autres groupes de théâtre du Honduras, au caractère occasionnel, le *Théâtre La Fragua* constitue une tentative professionnelle et ininterrompue d'utilisation du théâtre comme moyen de renforcement de la communauté. L'objectif poursuivi par *Théâtre La Fragua* (aborder des thèmes socio-politiques, explorer l'histoire du Honduras, alphabétiser, stimuler l'autonomie personnelle et de groupe) est identique à celui d'autres groupes de paysans du pays.

Le groupe de théâtre favorise une forme de représentation qui établit un rapport entre les valeurs spirituelles et les valeurs théâtrales, et les joue devant une communauté qui ne fait pas la différence entre les deux, tout comme avant elle les publics du théâtre romantique médiéval.

Par son travail, *Théâtre La Fragua* a défié les valeurs des institutions économiques et politiques, sur une terre où de tels actes sont exposés à la persécution politique. Bien que Jack Warner, le directeur, refuse le théâtre de propagande, il considère le défi du *Théâtre La Fragua* comme politique : « Il est politique dans la mesure où il reflète un point de vue lui-même influencé par la manière dont le monde est appréhendé. Nous sommes en train d'essayer de créer un théâtre dans lequel le point de vue pris en compte est précisément celui des dépossédés ». Le *Théâtre La Fragua* joue un rôle politique en offrant aux Honduriens la possibilité de se voir eux-mêmes reflétés sur la scène et d'écouter leur propre langue.

Comme moyen pour faire du théâtre une composante vitale de la société hondurienne, le *Théâtre La Fragua* a mis l'accent sur le développement du théâtre pour enfants. Le groupe a monté l'œuvre « Des histoires comme ça pour les enfants », de Rudyard Kipling. Une des histoires adaptées, « Comment s'est écrite la première lettre », transmet l'importance d'apprendre à lire et à écrire, un thème d'une résonance particulière dans un pays où la moitié de la population est analphabète.

Edward Burke, Ruth Shapiro et Pamela Yates, cinéastes des États-Unis, filmèrent en 1989 « Teatro ! », un documentaire sur le travail du *Théâtre La Fragua.* Le film fut diffusé à la télévision publique, attirant l'attention du public anglophone sur le travail social du groupe hondurien.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Selon Harley Erdman, le contenu religieux du travail du *Théâtre La Fragua* a conduit le groupe à se forger un style que l'on pourrait qualifier de « néo-médiéval », tout à fait approprié pour un pays avec un passé féodal, où la majorité des paysans est analphabète. Dans cette société néo-médiévale, l'église, qui orne les places des villes et villages les plus isolés, reste pour beaucoup un aspect central de la vie quotidienne. Une bonne partie du travail du *Théâtre La Fragua* se concentre sur le développement d'une tradition communautaire d'expression théâtrale. Le modèle s'inspire des pièces cycliques de l'Europe médiévale. Les membres du groupe sont continuellement impliqués dans des stages de formation, qui bénéficient aux groupes de jeunes dans les paroisses rurales.

Dans un style éclectique, le *Théâtre La Fragua* combine le didactisme du « théâtre épique » de Brecht, avec le « théâtre pauvre » centré sur l'acteur de Grotowski, pour créer des œuvres stylisées qui soulignent l'importance des gestes, de la pantomime, de la danse et de la musique. « Les images comptent beaucoup plus pour le public analphabète que les mots », affirme Jack Warner. Cet accent sur les images imprègne tout le travail du *Théâtre La Fragua*.

Malgré cette accentuation du mouvement, le groupe maintient un respect salutaire pour le texte, préférant les œuvres en vers, plus accessibles aux publics ruraux. « Il est plus facile pour notre public de comprendre les vers », explique Barahona, un des acteurs. « C'est le rythme, je crois. La prose est ce qu'il y a de plus difficile pour un public sans éducation ».

OBSTACLES

Pour comprendre les difficultés auxquelles *La Fragua* fut confrontée, il est important de connaître le contexte du Honduras, un des pays les plus pauvres de l'hémisphère. Les premières années furent difficiles pour diverses raisons, entre autres, parce qu'il n'y avait pas d'appui de la part de la communauté. « Beaucoup de gens pensaient que nous étions fous, notamment à cause des exercices physiques que nous faisions pour nous préparer », se souvient Barahona. Comment trouver un public dans un pays où l'absence d'éducation et les années de domination étrangère ont créé un grand vide culturel ? Comment « forger » une identité culturelle hondurienne ?

Tandis que le Honduras subissait la répression, les disparitions et les cas de torture au début des années quatre-vingts, l'engagement social de *La Fragua* dérangea certaines autorités gouvernementales. À une occasion, durant une représentation dans une église, les acteurs furent avertis que le bâtiment avait été complètement encerclé par les troupes de l'armée qui plus tard se retirèrent, ayant atteint leur objectif d'intimidation. À une autre occasion, un des acteurs fut emprisonné pendant quatre jours sans raison apparente.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre a été préparé sur la base des articles disponibles sur le site web du *Théâtre La Fragua* : http://homepages.infoseek.com/~fragua/fragua.html et d'échanges de courriers électroniques avec Jack Warner.

Erdman, Harley. *Taking it to the streets — a people's theatre thrives in Honduras.*

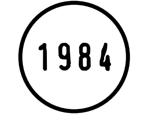
Castro, Carlos M. *El Progreso, Yoro en Honduras : Clay and Hope.*

Warner, Jack S. J. *Plank a passion.*

Fleming, John. *Forging a Honduran Identity : The People's Theatre of Teatro La Fragua.*

Burke, Edward, Shapiro, Ruth et Yates, Pamela. *Teatro!* [Documentaire sur le *Théâtre La Fragua* filmé en 1989].

VIDÉO SEWA



Inde

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Video SEWA
PAYS :	Inde
OBJECTIFS :	Organisation communautaire, participation des femmes
LIEU :	Ahmadabad
BÉNÉFICIAIRES :	Femmes
PARTENAIRES :	Self-Employed Women's Association (SEWA)
FINANCEMENTS :	United States Agency for International Development (USAID), Fondation John D. and Katherine T. MacArthur
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

L'expérience de Leelabehn Datania lui servit au moins à une chose dans la production de vidéos : à porter l'équipement. Jamais dans sa vie, avant d'apprendre ce nouveau métier, elle n'avait allumé une lumière ou regardé la télévision. Cependant, même le fait de ne pas savoir lire et écrire ne put empêcher cette formidable vendeuse de légumes des bas quartiers d'Ahmadabad de devenir la pièce fondamentale d'un important groupe de production de vidéos.

Vidéo SEWA est un groupe de femmes de diverses origines, productrices d'une centaine de vidéos, dont trente-neuf sont des œuvres terminées et disponibles au public. En raison du caractère extraordinaire de ces femmes engagées, ces vidéos peuvent vous apprendre des choses que vous n'apprendrez jamais ailleurs. Où, si ce n'est dans les vidéos de formation de Vidéo SEWA, peut-on apprendre que les femmes cuisinant au kérosène respirent tous les jours autant de fumée que si elles fumaient un paquet de cigarettes ?

« Je connais tous les symboles », *affirme Leelabehn, âgée d'une cinquantaine d'années. Elle touche les boutons de la caméra vidéo alors qu'elle récite « fast-forward, rewind, pause […] ». Comme elle ne pouvait pas prendre de notes durant les ateliers de formation, elle a tout appris*

par cœur avant de réaliser sa première vidéo, « Manek Chowk ». Il s'agit d'un documentaire passionnant sur des femmes comme elle, qui vendent des fruits et légumes dans la rue, et qui montre comment elles sont harcelées par la police. SEWA a utilisé ce documentaire dans une campagne pour la reconnaissance légale des vendeurs ambulants, et désormais, tous les vendeurs de Manek Chowk ont des licences.

Leelabehn appuie sur le bouton « play » et l'écran se remplit du vert des petits pois, du rouge des tomates et du mauve des aubergines. Une femme hausse la voix « Vatana Lo ! » (« Achetez des petits pois ! »). Une scène connue qui, dans la vidéo, acquiert une nouvelle dimension à mesure que le spectateur est immergé dans les problèmes et triomphes des vendeurs de légumes. — Sohaila Abdulali, femme écrivain indépendante avec un intérêt spécial pour la problématique des femmes et du développement.

DESCRIPTION



En 1984, feu Martha Stuart, une consultante internationale en communication vidéo, vint de New York au Gujarât pour diriger pendant trois semaines un atelier de formation en production vidéo à l'Association des travailleuses indépendantes (*Self-Employed Women's Association*, SEWA). Vingt femmes, en majorité analphabètes, participèrent à l'atelier et commencèrent à réaliser des vidéos. Le groupe comprenait des femmes de tous âges, certaines musulmanes, d'autres hindoues, aussi bien des vendeuses du marché que des dirigeantes expérimentées de la SEWA.

Durant les trois années suivantes, elles n'eurent ni matériel d'édition, ni conseil technique, de sorte qu'elles filmèrent leurs vidéos dans l'ordre des séquences. En 1987, elles reçurent du matériel d'édition et une formation pour l'utiliser. Un nouvel atelier de formation eut lieu en 1994 pour un groupe de femmes qui apprirent à manipuler l'équipement vidéo dans la perspective de commencer une expérience de centre de communication dans les communautés rurales. Vers 1999, *Vidéo SEWA* comptait quatre femmes membres permanents, et de nombreuses autres femmes participaient aux activités selon les besoins.

Vidéo SEWA a réussi à mettre à la disposition des membres et dirigeants de SEWA, ainsi que des planificateurs et des responsables politiques au niveau régional, national et international, et du public en général, une technologie vidéo moderne et appropriée. Les vidéos sur les thèmes intéressant les travailleuses indépendantes sont filmées, éditées et projetées par ces mêmes travailleuses. Les femmes qui produisent ces vidéos sont capables de concevoir un scénario, de filmer, d'enregistrer le son et d'éditer bien que la plupart d'entre elles ne puissent retrouver la cassette sur l'étagère quand elles en ont besoin, car elles ne savent ni lire ni écrire.

La projection de vidéos est devenue un élément important de l'éducation des travailleurs à la SEWA. Les vidéos offrent aux nouveaux membres la possibilité de voir et de comprendre les problèmes qui les concernent personnellement, ainsi que d'autres groupes de commerçants. Le visionnement de ces vidéos aide les nouveaux membres à ressentir leur appartenance à un mouvement plus large. La vidéo permet de lever les barrières de distance, de classe et culturelles, de sorte que des gens d'origines très diverses peuvent ressentir de l'empathie avec les préoccupations des uns et des autres. Les messages vidéo facilitent souvent la compréhension dans des situations où le dialogue n'en apporterait pas.

Les femmes de l'équipe de vidéo ne sont pas des professionnelles, mais elles utilisent efficacement une technologie sophistiquée. Selon les besoins, elles sont capables de réaliser de courts documentaires édités « en caméra », ainsi que des documentaires de meilleure qualité destinés à la télévision.

Parfois, le public cible de ces vidéos n'est qu'une seule personne, par exemple une autorité locale, et parfois l'objectif est de toucher des centaines de milliers de personnes. Pour le recensement de la population de 1991, *Vidéo SEWA* produisit « Mon travail et moi », un documentaire de quinze minutes destiné aux femmes du Gujarât. Le documentaire atteignit un demi-million de femmes à travers des projections communautaires et fut, de plus, diffusé par la télévision d'état.

Les vidéos de la SEWA sont utilisées de différentes façons. Par exemple, « Manek Chowk » fut un instrument de mobilisation sociale qui contribua à élever le niveau de conscience des femmes. D'autres vidéos sont plus axées sur la formation, avec le traitement des thèmes quotidiens comme la réhydratation orale et la construction de foyers domestiques sans fumée. Les femmes font des vidéos des événements marquants concernant la SEWA et la communautés, et leurs brèves notes d'actualité furent déjà utilisées aux niveaux national et international. Des stages de formation sont organisés régulièrement et les femmes ont conçu un ambitieux programme d'installation de centres de communication dans tout le pays. La vidéo a été un important instrument dans le processus de renforcement de la SEWA.

ORIGINES ET CONTEXTE

La SEWA est un syndicat formé en 1972 dans la ville d'Ahmadabad dans le Gujarât, en Inde. C'est sous les auspices de l'Association du travail textile (TLA), que la SEWA a commencé à lutter pour les droits des femmes travaillant à leur propre compte, un secteur important de l'économie informelle de la ville.

La SEWA est à la fois une organisation et un mouvement, où chacun soutient l'autre pour aller de l'avant. Le fait d'être un « Sangam », c'est-à-dire à la confluence de trois mouvements (de travailleurs, de coopératives et de femmes) a beaucoup renforcé la SEWA. La doctrine de Gandhi fut son inspiration. Ses membres, travailleuses indépendantes pauvres, se sont organisées pour obtenir des changements sociaux par la non-violence et la vérité. La SEWA organise les femmes pour les intégrer dans l'économie formelle grâce à une double stratégie de lutte et de développement : lutte contre les limites et obstacles que la société et l'économie leur imposent, développement pour renforcer leur capacité de négociation et leur offrir de nouvelles alternatives.

Le syndicat mène les luttes au nom de ses membres. Ces luttes se développent sur divers fronts : sur celui de l'exploitation dont souffrent directement les membres, sur celui du respect de l'application des lois et la négociation avec les autorités et sur celui de la formulation des politiques et des lois. Les activités de développement consistent d'abord à aider les membres à se constituer en groupes et coopératives. Ces coopératives deviennent très vite indépendantes, de sorte qu'elles offrent aux producteurs une alternative d'emploi sans exploitation. Une autre activité de développement prend la forme de la sécurité sociale qui permet aux membres d'accéder aux services de santé, aux soins médicaux pour les enfants, à l'épargne et aux services d'assurance.

Toute femme qui travaille à son propre compte en Inde peut devenir membre de la SEWA moyennant 5 roupies de cotisation annuelles. Tous les trois ans, les membres élisent leurs représentantes au Conseil de commerce (*Trade Council*), qui à son tour élit les membres de sa plus haute instance de prise de décision, le Comité exécutif, composé de 25 membres. Quatre des dirigeantes expérimentées et engagées de la SEWA font partie du Comité exécutif, lequel représente les principales aires d'activités des membres de SEWA.

IMPACT SOCIAL

Outre ses quinze ans d'existence, *Vidéo SEWA* a démontré que même une technologie apparemment sophistiquée comme celle de la vidéo peut être dominée et utilisée efficacement par les travailleurs. Le pouvoir de ce moyen de communication et son potentiel d'organisation des pauvres par la prise de conscience et le débat ne font aucun doute.

En plus d'avoir réussi à rendre visibles les problèmes des femmes indépendantes, d'être parvenu à influencer les autorités et d'avoir contribué au renforcement des leaders communautaires, *Vidéo SEWA* a réalisé d'autres contributions importantes en tant qu'outil interne de formation et d'orientation. Les activités vidéo furent indispensables pour soutenir les actions légales de la SEWA, pour enseigner à construire des foyers efficaces et sûrs, pour savoir comment soigner la diarrhée ou utiliser les services d'épargne et de crédit de la SEWA. Dans les processus d'organisation de communautés rurales ou communautés urbaines marginalisées, les projections vidéo ont un pouvoir d'attraction qui rassemble les gens et facilite les discussions sur les thèmes montrés.

Grâce à *Vidéo SEWA,* un leader des vendeuses de légumes peut réaliser une vidéo qui affecte directement ses électrices et qui constitue un outil efficace de promotion de la participation et du renforcement de l'organisation et de la prise de conscience.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Après une formation initiale, le groupe de femmes a pu pratiquer et expérimenter les connaissances acquises. La SEWA ne fit pas pression sur elles pour qu'elles produisent des résultats immédiats. Les nouvelles réalisatrices de vidéos furent alphabétisées de manière fonctionnelle avec vingt mots liés à la production de vidéos, ce qui leur permit d'utiliser toutes les pièces de l'équipement. Durant trois ans, elles firent l'édition « à la caméra vidéo », filmant les scènes dans l'ordre puisqu'elles ne disposaient pas de matériel de montage.

SEWA utilise la vidéo pour motiver, mobiliser et former ses membres, pour organiser de nouveaux groupes de commerçants et les membres des groupes déjà existants. Les vidéos sont utilisées pour l'enseignement, l'information et l'orientation. Les membres de *Vidéo SEWA* dirigent les groupes de discussions lorsque leurs programmes sont utilisés.

L'avantage principal de la vidéo et une de ses qualités les plus dynamiques se trouve dans la possibilité de montrer immédiatement tout ce qui vient d'être filmé, et d'obtenir ainsi une participation et une réponse immédiates. La technologie permet ainsi une collaboration équitable entre ceux qui l'utilisent et ceux qui sont filmés.

OBSTACLES

L'impact de cette nouvelle activité dans la vie des femmes de *Vidéo SEWA* est profond. Elles ont dû faire face à des maris surpris et des voisins qui désapprouvaient de les voir rentrer tard le soir. « Pour que mon mari ne proteste pas, je me levais tous les jours à trois heures du matin pour accomplir les tâches domestiques avant d'aller travailler », affirme Darshana P. « De toute façon, il se fâchait avec moi, mais maintenant que certaines de nos vidéos sont passées à la télévision, il se montre très fier devant les autres : 'Ma femme sait utiliser une caméra vidéo ! ' »

Avec tous les défis qu'il devait relever, le groupe ne pouvait se permettre aucun relâchement. La connaissance technique est primordiale tant il est difficile de trouver des gens qui puissent les aider. Elles se souviennent de cette fois où, dans une communauté isolée, alors qu'elles étaient en train de filmer une scène, la caméra tomba en panne. Effrayée à l'idée de perdre du temps, de l'argent et un occasion de tourner une vidéo, Darshana P. acheta un tournevis, démonta entièrement la caméra et la remonta en parfait état de marche.

Le groupe dut faire face aux préjugés de certains experts locaux en vidéos, qui refusaient d'enseigner à des femmes analphabètes. D'un autre côté, elles durent supporter les caprices de la télévision nationale qui, parfois, utilisait des extraits de leurs productions vidéos et, d'autres fois, les censurait avec des arguments injustifiés.

RÉFÉRENCES

Stuart, Sara et Bery, Renuka. *The power of video in the hands of grassroots women*.

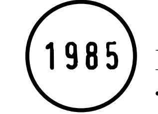
Abdulali, Sohaila. « These women call the shots ». In *People & the Planet Magazine*. Volume 4 Nº 3, 1995, [En ligne]. Adresse URL: http://www.oneworld.org/patp/pap_profile.html

Le site web de SEWA: http://www.soc.titech.ac.jp/icm/sewa.html

Un portrait de SEWA sur: http://www.soc.titech.ac.jp/icm/makiko/sewaE6.html

Le site web de Communication for Change: www.c4c.org

VIDÉO KAYAPO



Brésil

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Mekaron Opoi D'joi
PAYS :	Brésil
OBJECTIFS :	Identité culturelle, lutte sociale, politique et économique pour la terre et pour les droits politiques
LIEU :	État amazonien de Para
BÉNÉFICIAIRES :	Communauté indigène kayapo
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

En 1985 nous avons commencé le premier projet de moyens de communication indigènes au Brésil, en permettant aux membres de la communauté kayapo de se familiariser avec la technologie de la vidéo. À mesure que l'expérience se développait, les Kayapos comprirent et explorèrent les possibilités de la caméra vidéo. Au début, ils l'utilisaient comme un outil pour préserver leur culture traditionnelle, leurs rituels, danses et chansons, pour les générations futures :

> *Dans le passé, de nombreux photographes sont venus ici et ont pris des images de nous, mais ils ne nous ont jamais rien donné en échange. Jamais ils n'ont essayé de nous apprendre quelque chose. Maintenant nous, les Kayapos, nous filmons nos rituels pour nos enfants.* — Kremoro, chef metuktire-kayapo

> *Nous sommes en train d'apprendre la culture brésilienne, les choses des Brésiliens pour pouvoir garder notre terre et protéger notre propre culture.* — Megaron, leader metuktire-kayapo

> *Je m'appelle Noyremu. Je parle au nom de tous les chefs. J'ai eu la vision que notre terre était un pays uni. Nous devons protéger nos forêts pour nos femmes qui protègent nos enfants dans leurs bras. Mes paroles sont directes et sincères. J'attendrai votre réponse.*
> — Noyremu, chef metuktire-kayapo du village Kubenkokre

Nos enfants et nos petits-enfants pourront regarder les images de notre culture et ainsi, nous resterons toujours des Kayapos. — Megaron, leader metuktire-kayapo

Ce projet de communication indigène nous a permis de comprendre comment les Kayapos reconstruisent leur identité culturelle en combinant des éléments de leurs pratiques traditionnelles avec les appropriations de la culture moderne. La caméra vidéo s'ajoute à la peinture corporelle. Tandis que la télévision et la presse écrite illustrent la modernité des Kayapos, ceux-ci, maîtres de leur propre histoire et créateurs de leur propre représentation, nous emmènent vers une stratégie de représentation audiovisuelle multiculturelle, caractérisée par la diversité des voix. — Extraits d'un texte de Mónica Frota et d'entretiens avec les Kayapos.

DESCRIPTION



En 1985, une jeune photographe et cinéaste brésilienne, Monica Frota, et deux amis anthropologues mettaient en route l'initiative de vidéo indigène « *Mekaron Opoi D'joi* », qui, dans la langue gê, parlée par les Kayapos, signifie « celui qui crée des images ». Durant deux ans, ils travaillèrent avec deux groupes des Kayapos : les Metuktire et les Mekrangnoty. Quand les Kayapos eurent entre leurs mains les caméras vidéo, ils les utilisèrent initialement pour la préservation de la mémoire culturelle de la communauté, encourageant l'enregistrement de leurs rituels.

Plus tard, la vidéo fut utilisée pour la communication entre les villages et ses chefs, permettant à certaines familles de se voir après de longues années de séparation. « Nous avons observé l'utilisation que les Kayapos avaient fait de la radio, et cela nous amena à suggérer que le projet de vidéo, limité à l'origine au groupe Metuktire-Kayapo devait être étendu à d'autres groupes qui habitaient les terres du sud de l'état de Pará, pour stimuler ainsi les échanges de messages-vidéo entre villages », se souvient Mónica Frota.

Les Kayapos échangèrent des messages entre villages et filmèrent leurs rituels et danses. Cependant, très vite, ils commencèrent à s'envoyer des discours politiques et à filmer leurs protestations contre l'État brésilien.

La dimension politique du projet fut une conséquence logique de son développement. Les Kayapos montrèrent un haut niveau de compréhension de l'interaction des médias et de l'opinion publique. Ils utilisèrent par exemple la vidéo pour filmer les accords signés avec des représentants du gouvernement et les manifestations en face du Palais présidentiel. Leur image d'« indiens hi-tech » gagna rapidement les premières pages des journaux importants, et ils firent même la couverture du magazine *Time* lorsqu'ils dénoncèrent la construction du barrage hydroélectrique d'Altamira qui allait inonder leurs terres.

Les Kayapos prirent conscience de leur propre culture en tant que composante importante de leur identité communautaire et en tant que ressource politique de valeur, bien que dans certains cas, ils aient réinventé le contenu de cette culture pour conquérir des alliés non-indigènes.

La représentation a joué un rôle fondamental dans l'offensive politique et idéologique des Kayapos. Pour pouvoir comprendre la façon dont les Kayapos ont utilisé la représentation, il est important de comprendre leur notion culturelle de représentation, et surtout l'idée que la représentation est une création de la réalité qu'elle représente. Selon Terence Turner, pour les Kayapos, la force morale de solidarité sociale ou le pouvoir qu'ont les leaders d'obtenir consentement et obéissance, se créent et se transmettent par des représentations symboliques comme les cérémonies communales ou l'éloquence des chefs, et ils imprègnent les actes symboliques, les images et expressions verbales qui les constituent.

La représentation en somme, n'est pas simplement mimétique, mais aussi créative et convaincante, et l'acte de produire des représentations est en lui-même empreint du pouvoir de créer et de convaincre. Il était alors très important pour les Kayapos d'acquérir et d'apprendre à utiliser une puissante technologie de représentation comme la vidéo, et plus encore de s'assurer que le cameraman serait très visible lors des manifestations politiques et des cérémonies organisées pour le public brésilien ou international et filmées par des équipes de vidéo et de télévision non-indigènes, toujours selon Turner.

Un soutien important vint de l'intérêt croissant et positif pour les cultures non-occidentales, intérêt dû à l'enseignement de l'anthropologie et aux mouvements culturels. Le mouvement croissant en faveur des droits de l'homme constitua une autre source de soutien. Et le plus important de tous fut le mouvement écologique. (Turner)

ORIGINES ET CONTEXTE

Les indiens kayapos sont un sous-groupe des indigènes qui parlent la langue gê qui habitent dans le bassin amazonien du Brésil. Leur territoire dans l'état de Pará, dans la forêt humide tropicale, comprend six réserves qui, ensemble, couvrent une aire de 100 000 km², à peu près la taille du Portugal. Leurs villages sont distribués le long des affluents supérieurs du fleuve Xingu. Vers 1993, il y avait encore 14 villages kayapos, avec une population totale proche de 5 000 habitants. Le nom Kayapo, qui signifie « ressemblant aux singes », ne fut pas choisi par eux, mais par les autres tribus des alentours, sans doute du fait que, dans l'un des rituels, les hommes dansent avec des masques de singes.

Depuis que l'on a trouvé de l'or dans leur territoire, les Kayapos ont des contacts croissants avec le monde extérieur, ce qui les rend plus dépendants des biens de consommation. Ceci a mené certains à abandonner leurs cultures qui étaient au centre de leurs traditions. Dans un effort de préservation de leur culture tribale, les Kayapos ont commencé, vers 1985, à utiliser des cameras vidéos pour filmer leurs rituels.

IMPACT SOCIAL

Les Kayapos avaient déjà intégré dans leurs activités quotidiennes certains outils et pratiques de la société moderne, comme par exemple les instruments médicaux utilisés pour les premiers secours. Certains jeunes avaient été formés comme promoteurs de santé. Les Kayapos utilisaient aussi des radios pour communiquer avec d'autres groupes dans le périmètre du Parc indigène de Xingu.

Au lieu d'être seulement le sujet de films documentaires, les Kayapos comprirent très vite les avantages de la technologie vidéo comme outil de communication pour transformer leur réalité politique et sociale. Ainsi, l'appropriation des outils vidéo par les Kayapos renforce la notion selon laquelle les peuples peuvent contrôler leur propre histoire dans la mesure où ils contrôlent leur propre représentation dans les médias. Le contrôle des Kayapos sur la manière dont ils sont représentés, comme « indiens high-tech », constitue aussi une déclaration culturellement valable sur leur identité, dans la mesure où ils conçoivent leur culture aussi bien dans une perspective de la continuité que de la transformation, selon les affirmations de Monica Frota.

Au début des années quatre-vingt-dix, les Kayapos utilisaient la vidéo pour un grand nombre de luttes sociales. Ils obtinrent avec succès l'appui politique et économique de l'opinion publique non-indigène, des ONG et des gouvernements, aussi bien à l'intérieur qu'en dehors du Brésil, pour obliger l'État brésilien à reconnaître légalement leur territoire et leur droit à contrôler leurs ressources. Les moyens qu'ils utilisèrent pour atteindre leurs objectifs furent divers : négociations directes avec les autorités brésiliennes, en commençant par le président, manifestations dans les principales villes, alliances avec les mouvements écologiques et des droits de l'homme, et couverture étendue des actions des Kayapos dans la presse écrite et la radio.

En maximisant le potentiel de la communication audiovisuelle, ils réussirent à contrôler la représentation d'eux-mêmes, ainsi que leurs demandes d'appui politique et financier, en partie grâce aux vidéos filmées et éditées par eux, qui attirèrent l'attention des publics du monde industrialisé. Selon Terence Turner, leur assimilation des idées occidentales sur la culture à travers leur interaction avec des anthropologues et l'utilisation de technologies modernes comme la vidéo, donna aux Kayapos les moyens de préserver leur propre culture et de faire face à l'opposition des Brésiliens.

Vers 1990, les Kayapos avaient des vidéos, des radios, des pharmacies, des véhicules, des chauffeurs, des mécaniciens, un petit avion pour surveiller leur territoire et même leurs propres missionnaires.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Dans les pays du Tiers monde, la vidéo fut adoptée de la même façon que la radio le fut avant elle par les générations antérieures, à savoir comme une technologie pour la formation, pour la collecte d'informations, pour l'agitation politique et pour la préservation de leur culture. Les communautés marginalisées sur le plan économique virent dans l'appropriation de la vidéo une manière de récupérer le contrôle démocratique sur les sources d'information et de communication alors contrôlées par l'état ou par les entreprises multinationales. Le terme « communication indigène » est généralement employé pour couvrir les aspects de représentation visuelle contrôlés directement par les indigènes.

La communication audiovisuelle a permis au peuple kayapo d'envoyer son message au reste du monde. Les Kayapos ont transformé la vidéo en outil permettant au public de voir leur vision de la situation. « En tant qu'anthropologue, j'étais devenu un instrument culturel de ceux à qui j'essayais de faire connaître leur culture. Comment ces gens, que beaucoup d'entre nous voient comme sous-développés et inférieurs, avaient-ils pu réussir cela ? N'avons nous pas sous-estimé leur intelligence ? » se demande Terence Turner.

La décision des Kayapos d'utiliser la vidéo pour rendre compte de leur propre culture les amena à reconstruire d'antiques danses et rituels que beaucoup d'entre eux ne connaissaient pas. La vidéo se convertit ainsi en un outil de perpétuation et de réaffirmation de leurs valeurs culturelles. Le potentiel technique de la vidéo leur permettait de visionner immédiatement le matériel qu'ils avaient filmé et de renforcer au sein de la communauté l'identité et les liens culturels.

Durant leur lutte politique, les Kayapos filmaient tout ce qui se disait, se faisait et était décidé. Le gouvernement ne put nier les promesses qu'il avait faites, parce que les Kayapos en détenaient la preuve sur bandes vidéo. « Dès le moment où ils acquirent leurs propres caméras vidéo, les Kayapos s'appliquèrent à filmer en vidéo les épisodes de leurs principales confrontations politiques avec la société nationale », ajoute Turner.

OBSTACLES

En introduisant les technologies occidentales dans leurs villages, les Kayapos permettent que quelque chose de la culture occidentale à laquelle ils résistent s'infiltre dans leur propre culture. Le danger de perdre leur culture sera plus grand pour les générations futures, mieux acclimatées à la culture occidentale. Cependant, ce n'est pas l'introduction de la vidéo qui a commencé ce processus ; les Kayapos étaient déjà exposés à d'autres aspects de la vie moderne. En réalité le projet de vidéo a contribué à réaffirmer leur identité culturelle qui était en péril.

Certains leaders kayapos essayèrent de masquer la participation des Kayapos dans des activités de destruction de l'environnement telles que l'exploitation minière et la déforestation, afin d'éviter une diminution de l'aide internationale, en particulier celle des organisations environnementales. La question de l'« authenticité » de la représentation que les Kayapos font d'eux-mêmes se pose inévitablement, ce qui constitue un sérieux problème politique pour les Kayapos.

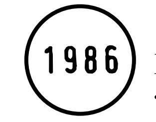
RÉFÉRENCES

Frota, Monica. *Taking Aim e a Aldeia Global : A Apropriação Cultural e Política da Tecnologia de Vídeo pelos Índios Kayapós.* [En ligne]. Adresse URL : http://www.mnemocine.com.br/osbrasisindigenas/frota.htm

Turner, Terence. *Self-representation, media and the construction of a local-global continuum by the kayapo of Brazil.* [En ligne]. Adresse URL : http://www.uiowa.edu/~anthro/fulbright/abstracts/turner.html

Nichols, Nafeesa T. *Indigenous Media : Is it hurting more than it is helping their cause ?* [En ligne]. Adresse URL : http://wcw.emory.edu/ECIT/vis99/nafeesa/indigenous2.htm

TV MAXAMBOMBA



Brésil

FICHE TECHNIQUE

NOM : Projeto Vídeo Popular — TV Maxambomba

PAYS : Brésil

OBJECTIFS : Organisation communautaire

LIEU : Nova Iguaçu (Rio de Janeiro)

BÉNÉFICIAIRES : Communautés urbaines de base

PARTENAIRES : Centro de Criação de Imagem Popular (CECIP)

FINANCEMENTS : Netherlands Organisation for International Development Cooperation (NOVIB), Organisation mondiale de la santé (OMS), Organisation internationale du travail (OIT), Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), Catholic Agency for Overseas Development (CAFOD), Trocaire, Christian Aid, War or Want, Comité catholique contre la faim et pour le développement (CCFD)

MÉDIAS : Vidéo

ANECDOTES

« La terre est généreuse : elle rend, multiplié par plusieurs fois, ce qu'on lui donne ». Cristiano Guedes est un paysan costaud, grand, père de dix enfants, grand-père de trente et un petits-enfants et arrière-grand-père de onze. « Maintenant ils viennent tous ici pour emporter ce que je retire de la terre, en travaillant tout seul. Quand je suis venu la première fois, il n'y avait personne aux alentours. J'ai aimé l'endroit et j'ai décidé de le cultiver. J'ai planté ma tente par là-bas » — son doigt indique un endroit quelque part entre les bananiers — « et j'y suis resté six mois, nettoyant la terre des épines et des mauvaises herbes. J'ai planté des haricots rouges, du maïs, du manioc, des bananes et quelques légumes. Quand la terre a commencé à

rendre ce que je lui avais donné, j'ai acheté une charrette et commencé à vendre mes produits. J'ai des clients fidèles parce que je suis un bon fermier. Mes produits sont meilleurs et moins chers que ceux que l'on peut trouver au supermarché en ville ».

« Un jour, un type avec un grand pistolet est apparu et m'a dit : « Négro, qu'est-ce-que tu fais ? Je ne veux de personne qui plante ici, compris ? » Il avait un grand pistolet ; moi je lui ai répondu « Oui, monsieur, je ne planterai plus, je prends seulement celles-là pour moi ». C'est ce que je lui ai dit, mais quand il est parti, j'ai continué à planter le reste. Et c'est comme ça que je suis resté. C'est ma vie, vous voyez ? ».

Maintenant, quand l'image de Guedes apparaît sur l'écran de la télévision pendant les sessions que nous organisons dans les communautés religieuses, dans les associations de quartier ou dans les écoles, les gens écoutent avec beaucoup d'attention.

« Un autre homme est venu il y a peu, disant qu'il voulait faire un marché avec moi. Il m'a dit que mes droits seraient respectés, ' mais pas les droits de ceux qui étaient venus après, ceux-là n'avaient pas de droits '. Ils croient que parce que je suis analphabète, je suis stupide. Il veut se débarrasser des autres et ensuite s'occuper de moi. Alors nous avons tous fait front commun, épaule contre épaule, unis comme les doigts de la main ». Le public rit tandis que Guedes passe ses doigts dans ses cheveux gris. « Cet homme est analphabète, mais ses paroles ont plus de sens que celles du président », lance quelqu'un.

Ce témoignage vidéo fait partie du Projet de vidéo populaire mis en place en 1986 à Nova Iguaçu. — Claudius Ceccon, Secrétariat exécutif du Centre de Criação de Imagem Popular, CECIP.

DESCRIPTION



TV Maxambomba est un projet du Centre de création d'images populaires (*Centre de Criação de Imagem Popular*, CECIP). Il fut créé en 1986 comme le « Projet de vidéo populaire », mais changea de nom en 1990 pour devenir *TV Maxambomba*. « Maxambomba » est le nom que l'on donnait aux esclaves qui, dans le passé, portaient les produits agricoles aux bateaux qui se rendaient à la capitale. Non seulement le nom du projet a changé, mais il a maintenant une présence plus grande dans la région, une meilleure compréhension des événements sociaux et une ouverture à la participation populaire dans le processus de communication.

Comme pour *TV Viva* à Recife pendant les années quatre-vingts, l'activité de *TV Maxambomba* a lieu surtout dans les rues, sur les places, dans les écoles et dans les marchés à l'air libre, partout où peuvent se réunir 200 à 300 personnes pour assister aux projections vidéo publiques. Grâce à un projecteur vidéo et un vieux minibus Volkswagen acheté avec l'aide de l'Organisation néerlandaise pour la coopération internationale au développement (*Netherlands Organisation for International Development Cooperation,* NOVIB), le principal bailleur de fonds, *TV Maxambomba* devint peu à peu un projet dirigé par la population.

TV Maxambomba utilise la vidéo pour filmer les expériences des gens des quartiers, pour examiner ce que font les communautés ou les organisations communautaires, et fournit l'information nécessaire pour que les gens comprennent quels sont leurs droits. Elle produit aussi des vidéos sur la culture locale et des programmes pour les enfants.

Certains des projets sont des documentaires vidéo sur des thèmes spécifiques. Parmi les plus fameux documentaires du CECIP, on trouve « Le jeu de la dette ». Une scène clé montre deux couples très bien habillés dînant dans un restaurant de luxe, qui rient tandis qu'ils dégustent un repas très sophistiqué et du vin français. Un des hommes s'aperçoit de la présence d'un mendiant et demande au serveur qu'il lui offre les restes du repas. Le mendiant est enchanté et mange le tout avec ses mains. Les couples s'en vont et le serveur amène l'addition au mendiant, lui disant sur un ton sarcastique : « Comment, tu as bien participé au banquet aussi, non ? ».

Par l'humour et de brèves animations qui aident à renforcer les contenus cachés parfois derrière des montagnes de chiffres, le thème complexe de la dette extérieure de l'Amérique latine put être expliqué à la population. Pour faciliter la discussion *pendant* les projections de vidéo, et pas seulement à la fin, il fut décidé de diviser les projections en cinq parties de vingt minutes, de sorte qu'après chaque segment, on pouvait ouvrir un espace de débats.

Depuis 1986, près de 100 documentaires vidéos furent produits. Des thèmes sociaux nombreux et importants furent abordés, comme la démocratie, les droits des citoyens, l'éducation, les rapports homme/femme, l'environnement, la culture Noire, la santé et la sexualité et, bien entendu, des programmes pour enfants furent aussi conçus. De plus, *TV Maxambomba* divertit son public avec de courts feuilletons télé et des parodies des personnalités politiques brésiliennes.

Les thèmes abordés par les vidéos et débattus au niveau communautaire forment une liste interminable comme par exemple la création d'une petite fabrique pour donner du travail aux jeunes chômeurs, un centre de santé construit par la communauté, une conférence nationale des femmes et bien d'autres thèmes ignorés par le système de télévision privée.

Le travail à Nova Iguaçu constitue un défi quotidien. En septembre 1992, le minibus, le projecteur vidéo, l'écran géant et le matériel son furent volés, pistolet au poing, en plein centre ville. Un spectacle de solidarité organisé par des artistes et des célébrités permit non seulement de rassembler des fonds pour acheter de nouveaux équipements, mais aussi de mesurer le degré de solidarité qu'il était possible de susciter.

Du point de vue du financement, le CECIP et son projet mascotte *TV Maxambomba* reçurent l'appui de nombreuses agences de coopération internationale, tant au niveau des Nations Unies que des pays européens.

ORIGINES ET CONTEXTE

Au Brésil, le revenu par habitant s'élève à environ de 2 000 dollars par an. Cependant, la distribution réelle du revenu est extrêmement inégale. Seuls 36 % de la population ont un travail, 70 % des travailleurs reçoivent moins de 100 dollars par mois. 10 % des Brésiliens les plus riches perçoivent 51 % des revenus nationaux.

La télévision couvre 80 % de la population brésilienne. Plus de 90 millions de personnes regardent la télévision, mais le tirage total de tous les journaux réunis atteint seulement cinq millions d'exemplaires par jour. La télévision commerciale, par exemple Rede Globo et Rede Bandeirantes, est contrôlée par de puissants intérêts économiques et politiques qui n'offrent pas à l'immense majorité de la population des espaces d'information et de participation capables de produire des changements sociaux vers une plus grande démocratie.

Il y a de cela des années, un groupe de personnes, préoccupées par le fait qu'il ne se produirait pas de changements au Brésil sans la participation active de la majorité de la population marginalisée, décida de se mobiliser. Elles créèrent le CECIP, une association indépendante à but non-lucratif, ayant pour objectif de produire des matériels éducatifs en utilisant la communication graphique, destinés principalement aux couches défavorisées de la société brésilienne.

Le CECIP a son siège à Nova Iguaçu, une zone dans la banlieue de Rio de Janeiro. Là vivent près de deux millions de personnes. Il y a cinquante ans, c'était encore une aire rurale avec une population dix fois moins importante. Dans les quartiers les plus éloignés du centre de la municipalité, il n'y a pas d'infrastructure et de services : seulement 35 % des maisons disposent de l'eau courante. Nova Iguaçu a un des indices de mortalité infantile les plus hauts du pays.

Nova Iguaçu est un microcosme du Brésil : un mélange de centres urbains surpeuplés, sans équipement, et de vastes aires rurales, vides et improductives. C'est une des régions les plus violentes, en raison de la pauvreté, de la maladie, du chômage, de la corruption et de l'indifférence du gouvernement.

IMPACT SOCIAL

Dans les vidéos de *TV Maxambomba*, les gens s'expriment de manière articulée, défendant leurs points de vue, disant les choses avec la saveur, l'ironie et l'humour qui les caractérisent. Ce fait là seulement justifie le projet, par sa contribution politique et humaine à l'estime de soi des gens.

Les discussions face à la caméra vidéo et hors caméra, motivées dans les deux cas par le processus de production et de diffusion des vidéos, contribuèrent sans aucun doute à la résolution de nombreux problèmes auxquels étaient confrontés les habitants de Nova Iguaçu.

Les outils visuels permirent qu'une grande majorité de ceux qui avaient des difficultés à lire puissent participer à la vie sociale et politique de leur communauté comme jamais ils ne l'avaient fait auparavant.

À Nova Iguaçu, des garderies d'enfants furent mises en place pour s'occuper des enfants en bas âge pendant que les mères sont au travail. Les gens se sentent maintenant plus confiants dans les décisions qu'ils prennent quand il s'agit de participer aux élections ou à d'autres activités démocratiques.

En règle générale, la capacité des gens à développer un regard critique sur la société brésilienne et à mieux s'organiser en fonction de leurs objectifs en tant que groupe s'est considérablement améliorée. La vidéo a contribué de façon essentielle au renforcement des organisations locales.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Les vidéos de *TV Maxambomba* facilitent de plus en plus la participation des gens pour lesquels elles sont faites. Elles sont projetées dans les communautés comme une source alternative d'information et de communication. Regarder les vidéos est une expérience collective qui n'a rien à voir avec regarder la télévision à la maison. Les vidéos poussent les gens à parler de leurs problèmes locaux. Les exemples de ce qui a été obtenu dans d'autres endroits apportent de nouvelles idées et montrent qu'il est possible de prendre sa vie en main.

TV Maxambomba ne commente pas en voix off les images ou ce que les gens veulent dire quand ils s'expriment. Ils ont l'éloquence de ceux qu'on a mis sous silence pendant trop longtemps et peuvent désormais dire leur vérité.

La façon dont est mené à bien ce processus de diffusion est au cœur du projet. Le médium, c'est le message. Les projections de *TV Maxambomba* dans les rues attirent les voisins et construisent des communautés là où elles n'existaient pas avant. Dans un pays où moins de 40 % de la population lisent des journaux et des magazines, la vidéo est un moyen de communication très efficace.

TV Maxambomba évite de communiquer avec un public populaire en utilisant des formes simplifiées. Les gens sont habitués à regarder des productions sophistiquées sur les grandes chaînes de télévision et exigent des efforts de créativité. *TV Maxambomba* organise l'information de façon à ce qu'elle corresponde au langage, à l'expérience et aux problèmes réels auxquels la population est confrontée quotidiennement. Les discussions de groupe produisent de nouvelles connaissances, elles-mêmes résultat de la participation collective.

OBSTACLES

Sur le plan matériel, *TV Maxambomba* est un investissement à perte. Les gens n'ont pas les moyens de payer, c'est pourquoi le projet doit faire appel à de nombreuses agences nationales et internationales de coopération. Cependant, le thème de la pérennité est une préoccupation permanente.

Partie d'une expérience de projections communautaires de vidéos sur les places publiques et dans les écoles, *TV Maxambomba* a grandi et est devenue une entreprise de production respectée pour ses techniques novatrices et la haute qualité de ses productions. Cela fera-t-il obstacle au maintien d'un étroit contact avec les gens au niveau communautaire ? Cela affectera-t-il l'objectif participatif dans la production des nouvelles vidéos sur la réalité sociale ?

RÉFÉRENCES

L'information de ce chapitre s'appuie sur des échanges par courrier électronique avec Claudius Ceccon et les documents suivants :

Ceccon, Claudius S.P. « A seed in fertile ground ». In *One World*, novembre 1987.

Ceccon, Claudius S.P. « Brazilian centre shows that video is an agent of change. » In *Media Development*, avril 1989.

Ceccon, Claudius S.P. « Learning to reach the grassroots ». In *One World*, mai 1993.

Percq, Pascal. *Les caméras des Favelas*. Éditions de l'Atelier, 1998. 157 pp.

Mayer, Vicki. « For the People and By the People : TV Maxambomba's Regeneration of Popular Cinema ». In *Latin American Popular Culture*. Printemps 1998.

Le site Web du CECIP : http://metalab.unc.edu/cecip/max.htm

RADIO MARGARITAS



Mexique

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Margaritas (La Voz de la Frontera Sur, XEVFS)
PAYS :	Mexique
OBJECTIFS :	Développement communautaire
LIEU :	Las Margaritas, Chiapas
BÉNÉFICIAIRES :	Communautés tojolabal, tzeltal, tzotzil et mam
FINANCEMENT :	Instituto Nacional Indigenista (INI)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Chers animateurs de notre bien-aimée XEPUR (Cheran, Michoacan) : on vous envoie cette lettre de la ville des gratte-ciel, New York. Si vous pouviez être gentils avec nous, les absents, qui travaillons dans un restaurant japonais et n'oublions pas le programme « Cultivons les Amis » [programme très demandé à XEPUR]. On est d'ici, de Cherán, et bon, on voudrait voir si vous pourriez pas nous faire plaisir avec une jolie pirécua [chanson purépecha] de l'orchestre San Francisco. Nous, Jorge et Hector, on habite à côté de la station. Bon, on espère que vous pourrez dédicacer cette chanson aux personnes suivantes […].

La lettre continue avec une liste de 22 noms, commençant par les femmes et enfants des expéditeurs. Dédicacer une chanson à la radio, une pratique communicative qui peut être banale dans un autre contexte, prend dans ce cas une signification nouvelle.

La Voz de los Purépechas (XEPUR à Cherán, Michoacán) fait partie du réseau des stations de radio de l'Institut national indigéniste (INI), au service de plus de vingt groupes ethniques, avec *La Voz de la Montaña* (XEVZ à Tlapa, Guerrero), *La Voz de la Mixteca* (XETLA à Tlaxiaco, Oaxaca), *La Voz de la Sierra Tarahumara* (XETAR à Guachochi, Chihuaha), *La Voz de los Mayas* (XEPET à Peto, Yucatán), *La Voz de la Sierra Juárez* (XEGLO à Guelatao, Oaxaca), *La Voz de los Cuatro Pueblos* (XEJMN à Jesús María, Nayarit), *La Voz de los Tres*

Rios (XEETCH à Etchojoa, Sonora), *La Voz del Corazón de la Selva* (XEXPUJ à Xoujil, Campeche), *La Voz de los Vientos* (XECOPA à Copainala, Chiapas), *La Voz de la Frontera Sur* (XEVFS à Las Margaritas, Chiapas) et quelques autres.

Ce chapitre se concentre sur *Radio Margaritas (La Voz de la Frontera Sur, XEVFS)*, mais il se réfère aussi à l'ensemble du réseau des stations rurales de l'INI, qui constitue une expérience intéressante de communication décentralisée, adaptée localement aux besoins de la population indigène. C'est un des rares projets où une institution du gouvernement encourage et finance des structures permanentes de communication participative.

Le réseau de stations de l'INI, cependant, n'est pas le seul qui desserve la population indigène. Le public de *Radio Margaritas*, par exemple, reçoit aussi les signaux d'autres stations indépendantes qui transmettent depuis San Antonio. Il y a d'autres stations FM à San Antonio Soctzil, Chemax, Yaxcopoil et Samahil, dans la zone du Yucatan, administrées par l'organisation maya *La Voz de los Mayas*. Nous n'en parlerons pas dans ce chapitre.

DESCRIPTION

Radio Margaritas (XEVFS) est située à Las Margaritas, au Chiapas (au sud du Mexique), dans un village qui fut occupé par l'armée rebelle zapatiste le 1er janvier 1994. La radio est l'une des vingt stations AM créées par l'Institut national indigéniste (INI) pour la desserte des différentes communautés indigènes dans le pays. *Radio Margaritas* possède un émetteur de 4 000 watts et émet sur la fréquence 1 030, couvrant une superficie de 20 000 kilomètres carrés. Bien que ses émissions touchent neuf groupes ethniques différents, les langues parlées sont le tojolabal, le tzeltal, le tzotzil et le mam. La station est équipée d'une salle de post-production, d'un studio d'enregistrement, et d'un studio de diffusion d'où sont émis les programmes.

La programmation comprend neuf catégories : [1] musique, [2] messages du public, [3] programmes sur les traditions, [4] informations, [5] programmes pour le développement, [6] programmes pour des segments spéciaux du public, [7] programmes sur les institutions gouvernementales et la législation mexicaine, [8] cours et stages de langues autochtones, et [9] programmes produits par le public lui-même.

À *Radio Margaritas,* les espaces sur la santé, l'agriculture, les lois, les femmes etc. sont diffusés au lever du jour pendant 30 minutes, et tout au long de l'après-midi (sur une durée totale de 60 minutes). Le reste du temps, la radio diffuse en grande partie de la musique traditionnelle mexicaine, latino-américaine et de la marimba, jusqu'à 95 chansons par jour. Les annonces communautaires sont intercalées entre les chansons, ce qui rend les programmes musicaux très populaires. Le programme de *Radio Margaritas* « Aquí les mando mi saludo » reçoit près de 30 lettres par jour. Les programmes d'information sont brefs et peu importants pour les communautés indigènes.

Parmi les programmes les plus intéressants du réseau des stations de l'INI se trouvent ceux élaborés par les auditeurs, avec l'appui de la radio, par exemple par les Alcooliques Anonymes. La participation du public à la programmation a contribué à renforcer les liens entre les villages Tojolabals. La diffusion de messages personnels, en eux-mêmes sans valeur informative, a renforcé indirectement les flux d'information entre les villages grâce au maintien des échanges sociaux.

XEVFS reçoit approximativement 200 visiteurs par semaine, dont 130 parlent des langues locales et le reste l'espagnol. Les femmes visitent peu la station, ne constituant que 10 % des visiteurs de langue indigène. D'autres stations du réseau INI font en outre office de cabines téléphoniques et de bureaux de poste, mais pas *Radio Margaritas*.

L'audience principale de la station, ce sont les *tojol winik'otik* (les gens corrects) comme s'appellent eux-mêmes les Tojolabals ; ils font partie des peuples les plus dépossédés du Mexique. En plus de disposer de très peu de ressources matérielles, ils vivent avec une connaissance faible de leur histoire, de leur culture et de leur condition économique actuelle. Les transistors radios ont été un des biens de consommation les plus appréciés par les Tojolabals pendant les vingt dernières années. La station de radio commerciale la plus ancienne de la zone, *Radio Comitán*, diffuse seulement en espagnol depuis 1963, et elle est considérée comme la station des « riches », des *ladinos* (blancs), contrairement à *Radio Margaritas* qui est connue comme la station des « pauvres » Tojolabals. À ces deux stations s'ajoutent les radios évangéliques qui transmettent en Amérique centrale depuis les années cinquante.

La nouveauté apportée par *Radio Margaritas* ne réside pas vraiment dans l'introduction d'une nouvelle technologie, mais plutôt dans son format, dans l'importance accordée à la culture traditionnelle et dans son potentiel multifonctionnel sur le plan social. Sous l'influence des sectes protestantes, beaucoup de Tojolabals ont choisi de cesser de parler leur langue, d'abandonner leurs habits indigènes et ils ont décidé de ne pas participer aux festivités traditionnelles. L'objectif de *Radio Margaritas* est de contrecarrer l'influence des ces forces « modernisatrices ».

ORIGINES ET CONTEXTE

L'INI fut créé en 1948 par le gouvernement fédéral pour être à l'écoute des problèmes des peuples indigènes. Le réseau des stations de radio est un des nombreux projets pour le développement parrainés par l'agence. Au début des années quatre-vingt-dix, il y avait huit stations AM pour une audience d'environ trois millions de personnes issues de plus de vingt peuples indigènes. La superficie

couverte par ces stations, équipées d'émetteurs de 500 à 10 000 watts, est supérieure à 30 000 kilomètres carrés. En 1989, le budget annuel moyen de chaque station de radio de l'INI était inférieur à 38 000 dollars US.

La première station fut celle de Tlapa, Guerrero. En l'an 2000, une vingtaine de plus fonctionnait normalement. Ces stations combinent dans leur programmation l'espagnol et les langues locales et elles incluent de la musique traditionnelle, des programmes d'information, deux ou trois heures quotidiennes de messages personnels et institutionnels, des séries de programme sur la santé, l'agriculture etc.

Le mouvement zapatiste amena de profonds changements dans la relation entre l'état et les peuples indigènes, rappelant que le Mexique est une nation pluri-ethnique, où les inégalités qui affectent la population indigène ont des causes historiques et structurelles. Suite à des changements politiques, l'INI prône ces dernières années le transfert du réseau des radios aux communautés indigènes elles-mêmes.

IMPACT SOCIAL

Radio Margaritas a eu un impact profond sur les flux locaux d'information. Lucila Vargas suggère qu'« à travers ses émissions en langue tojolabal, elle [la radio] a eu un effet démocratisateur dans les pratiques de communication communautaires, et plus spécialement parmi les femmes ».

La diffusion gratuite d'annonces dans les langues autochtones constitue probablement la contribution immédiate la plus importante des stations de l'INI aux communautés indigènes. Ce service a permis aux villages d'élargir et de faciliter les flux d'information dans les réseaux sociaux. De plus, la popularité du service des annonces vient aussi du fait que l'infrastructure de communication des stations peut être utilisée, comme cela s'est déjà produit, pour la coordination des mesures d'urgence lors de catastrophes naturelles.

La contribution de *Radio Margaritas* à l'amélioration des conditions de vie des Tojolabals va de l'effort général pour le renforcement de l'estime de soi, jusqu'aux programmes spécifiques destinés à remédier aux problèmes de santé et des cultures.

Radio Margaritas est considérée comme la radio des « pauvres », tandis que *Radio Comitán* est considérée comme celle des riches. La station de l'INI a contribué à l'amélioration et à l'accélération de la communication individuelle entre les indigènes. D'autre part, elle a favorisé la dissémination des informations des agences gouvernementales et des organisations indigènes.

À la question « À quoi sert la radio ? », beaucoup d'indigènes répondirent simplement : « On utilise la radio pour ne pas marcher ». « Avant, on ne pouvait pas savoir ce qui se passait dans d'autres villages, par exemple s'il y avait des problèmes ou s'ils étaient en train de fêter quelque chose, on ne pouvait pas savoir parce qu'il n'y avait pas de radio […] », raconte un villageois de Madero.

Une étude d'audience réalisée par Inés Cornejo et Silvia Luna en 1991, qui comprenait une question similaire obtint les résultats suivants : sur 56 personnes interrogées, 22 répondirent que la station leur servait de compagnie et leur offrait une distraction ; 15 signalèrent que XEVFS était un moyen de répondre aux besoins de communication, en permettant au public d'envoyer des messages ; 13 déclarèrent que la radio permettait de savoir ce qui se passe dans d'autres villages, et 2 indiquèrent qu'elle leur permettait de savoir l'heure.

MÉDIAS ET MÉTHODES

La plus grande partie de la programmation de *Radio Margaritas*, comme celle des autres stations du réseau de l'INI, est produite localement. Les seuls programmes qui sont distribués régulièrement aux stations depuis le niveau central sont des feuilletons radio produits par *Radio Educación* et des informations préparées par *Notimex*, l'agence de presse mexicaine.

Chaque station du réseau de l'INI a sa propre politique par rapport aux émissions en langue autochtone. Au moins la moitié de la programmation se fait en langue locale, bien que ce pourcentage inclue parfois des chansons en espagnol. De plus, les animateurs utilisent indistinctement l'espagnol et les langues locales quand ils parlent au micro.

Les stations de l'INI produisent normalement un programme d'information divisé en trois segments : international, national et local. Le contenu des informations varie énormément d'une station à l'autre. Les meilleurs programmes d'information des stations de l'INI sont ceux qui combinent les trois éléments suivants : ils disposent de reportages réalisés localement, ils sont sous la responsabilité d'un seul journaliste et ils ne sont pas réalisés tous les jours, permettant ainsi au journaliste de disposer de suffisamment de temps pour faire une recherche approfondie au niveau communautaire.

OBSTACLES

Un des principaux problèmes reste le faible salaire que perçoit le personnel métis et indigène. Les meilleurs postes sont occupés par les ladinos, y compris celui de directeur de la station, qui est invariablement un ladino. Lucila Vargas a montré dans sa recherche qu'il existe une « idéologie raciste dans le travail » et une discrimination des ladinos vis-à-vis des Mayas.

Le problème du « statut » parmi le personnel de *Radio Margaritas* vaut aussi la peine d'être mentionné. Seul le directeur de la radio jouit d'une certaine visibilité et d'une certaine célébrité, car seul son nom est mentionné pendant les diffusions de XEVFS.

Les visites du personnel de *Radio Margaritas* aux communautés ne sont pas fréquentes, même les entretiens avec des villageois sont réalisés en majorité au sein de la station en compagnie des rares villageois qui peuvent se permettre de payer leur déplacement jusqu'à la station.

Les programmes d'information de *Radio Margaritas* brillent par leur médiocrité ; malheureusement, la station s'appuie exclusivement sur la presse écrite pour préparer les nouvelles.

La programmation multilingue requiert une planification soigneuse qui dépend de la disponibilité en ressources humaines. Parfois les auditeurs éteignent la radio ou cherchent une autre station parce que l'émission se fait dans une langue qu'ils ne comprennent pas.

La sélection musicale de XEVFS se base généralement sur les critères esthétiques du personnel en majorité ladino. Cela peut être considéré comme une forme de censure.

Une des plus grandes critiques adressées à *Radio Margaritas* par le public tojolabal se réfère à l'incapacité de la station de discuter sur la situation actuelle de l'oppression des Tojolabals et de replacer cette oppression dans le contexte historique.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre s'appuie intégralement sur Vargas, Lucila. *Social uses and Radio Practices : the use of participatory radio by ethnic minorities in Mexico.* Westview Press, 1995, et des échanges par courrier électronique avec l'auteur.

Informations additionnelles fournies par courièle par Inés Cornejo Portugal.

THÉATRE DE RUE AAROHAN



Népal

FICHE TECHNIQUE

NOM : Théâtre de rue Aarohan

PAYS : Népal

OBJECTIFS : Environnement, santé

LIEU : Katmandou

BÉNÉFICIAIRES : Communautés pauvres urbaines et rurales

PARTENAIRES : Réseau de 30 groupes locaux de théâtre

FINANCEMENTS : Ashoka, Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), PLAN International, Save the Children, Fonds des Nations Unies pour la population (FNUAP), Centre canadien d'étude et de coopération internationale (CECI), World Conservation Union (IUCN), Nepal Leprosy Trust

MÉDIAS : Théâtre

ANECDOTES

Dans un hameau du lointain tarai, dans les plaines du Népal, une zone très affectée par la lèpre, deux mille hommes, femmes et enfants se réunissent pour regarder le spectacle d'un magicien de rue. Ils aiment tous les magiciens, mais aucun ne sait encore que cette fois le magicien est un acteur et qu'une pièce de théâtre sur le thème de la lèpre est sur le point de commencer.

Les gens détestent la lèpre et la cachent. Si on leur disait que ce qu'ils vont voir est une pièce sur la lèpre, il n'y aurait personne ici. Ils ne veulent ni parler ni rien voir sur la lèpre. C'est pourquoi, grâce au personnage du magicien, nous les informons sur les premiers symptômes de la lèpre et leur conseillons de ne pas les cacher mais de se rendre dans les centres de santé pour y recevoir un traitement. La lèpre peut se soigner si le malade se rend à un poste de santé et y suit le traitement complet. C'est une maladie comme les autres.

Le magicien parcourt les rues du hameau et annonce ses tours de magie. Le public se réunit immédiatement, ils aiment tous la magie. Même les

femmes, qui généralement ne sont pas autorisées à sortir dans des lieux publics, se trouvent parmi les spectateurs. Le magicien commence avec des tours de magie simples, jouant avec le public. Peu à peu un autre personnage se glisse dans le spectacle et ainsi commence un conflit dramatique. L'anecdote est construite autour du personnage du magicien de rue, mais le message se transmet progressivement tout au long de la pièce. Vers la fin, l'assistant du magicien découvre sur lui-même un symptôme de la lèpre, en avertit le magicien et tous deux s'en vont au centre de santé. Le magicien s'adresse aux spectateurs : ne cachez pas la maladie, allez au centre de santé, la magie ne peut pas soigner la lèpre, mais la médecine, elle, le peut.

La pièce est finie, mais les spectateurs ne bougent pas, ils entament une longue discussion sur leur situation par rapport à la lèpre. Ils ont compris qu'il s'agissait d'une pièce de théâtre et maintenant les acteurs leur demandent quelles sont leurs réactions. Croyez-moi, entre vingt et trente personnes, après chaque représentation, montraient leurs tâches blanches ou marrons sur le corps, ou bien d'autres symptômes, et voulaient savoir si c'était la lèpre. La majorité du public voulait en savoir plus sur les symptômes et le traitement.

Ils nous offraient du thé et des petits gâteaux pour nous remercier. Ils s'approchaient de nous pour nous demander si nous pouvions rejouer la pièce dans un village proche. Ils se proposaient de tout préparer, ils nous donneraient même à manger. Et ils n'étaient aucunement disposés à recevoir une réponse négative. — Raconté par Sunil Pokharel, directeur du *Théâtre Aarohan.*

DESCRIPTION



En népalais, « aarohan » signifie « grimper », ce qui n'est pas surprenant dans un pays qui compte les montagnes les plus hautes du monde. Cela signifie aussi monter sur la scène d'un théâtre. Le *Théâtre de rue Aarohan* est un groupe établi en 1982, bien que ses activités comme théâtre de rue n'aient commencé qu'en 1988. Avant cela, le groupe donnait des représentations en salle.

Sa première œuvre de théâtre de rue fut « Aawai » (*La Voix*), traitant des problèmes des sourds-muets. Un stage avec des sourds-muets fut organisé pendant deux mois, les acteurs apprirent le langage des signes et certains des sourds-muets furent intégrés comme acteurs. La première représentation eut lieu à Dhulikhel, à 30 kilomètres de Katmandou.

Pendant les années suivantes, de nombreuses autres œuvres furent présentées parmi lesquelles :

- *Parcha (Pamphlet)* : une pièce sur le droit de vote et la démocratie, appelant le public à participer aux premières élections parlementaires.
- *Sabadhan (Prendre conscience)* : sur le rapport entre la population et l'environnement. Elle fut jouée plus de 350 fois.
- *Kalchakra (Le cercle de la mort)* : une pièce sur les conditions sanitaires, d'après une fameuse légende du Népal.
- *Bishwas (La foi)* : sur la lèpre, avec plus de 450 représentations.

D'autres œuvres incluent des thèmes comme le planning familial, l'environnement, le développement communautaire, la pauvreté, la santé, la conservation de la forêt, l'eau potable, le SIDA, l'éducation et les droits de l'homme. Les œuvres sur la corruption et les thèmes politiques ont plus de succès dans les villes, tandis que dans les villages les œuvres les plus appréciées traitent de l'environnement et de la lèpre. En général, les spectacles attirent un très grand public, de 2 500 à 3 000 personnes dans les villes, de 600 à 1 200 dans les villages de montagne, et de 1 000 à 2 000 dans le *tarai* (la plaine).

Aarohan a joué dans plus de 55 des 75 districts du Népal. Le groupe de théâtre s'est montré particulièrement actif dans certains districts comme Dhanusha (dans la zone méridionale du *tarai*), Katmandou (la capitale), Sunsari (dans l'est du Népal), Jumla (un district de l'extrême ouest du pays) et Kaski (un district situé à l'ouest).

Durant quelques temps, le groupe montra un programme hebdomadaire appelé *Aarohan Shanibar* (*shanibar* signifie samedi), destiné au public intellectuel de Katmandou. Les représentations avaient lieu tous les samedis, suivies de débats avec le public. En plus des représentations dans les communautés, le *Théâtre de rue Aarohan* a aussi réalisé quelque fois des présentations à la télévision.

Entre 1988 et 1991, Sunil Pokharel, le directeur de *Aarohan,* obtint de l'organisation *Ashoka* un fonds d'appui au développement du projet « Fonction sociale du théâtre ». Pendant trois ans, outre les représentations théâtrales à Katmandou, il organisa des stages de théâtre en dehors de la capitale et développa son expérience sur l'utilité sociale du théâtre. *Aarohan* offrit également une formation à des ONG pour que ces institutions puissent utiliser le théâtre dans leur travail de création et d'éveil des consciences et pour la participation communautaire. Les villageois participaient aux sessions de formation. Vers 1990, *Aarohan* commença son travail avec les enfants, les familiarisant avec le milieu théâtral.

Les stages eurent lieu dans plus de 40 districts, formant des villageois, des groupes de jeunes, des enfants, des membres de la communauté. Ils sélectionnent les thèmes et participent aux spectacles en tant qu'acteurs. Après chaque stage, le nouveau groupe de théâtre devient une institution communautaire.

ORIGINES ET CONTEXTE

Il n'est pas facile de toucher la population du Népal, en particulier en dehors de la vallée de Katmandou. Dans tout le pays, seules 70 000 personnes ont la télévision et la distribution des journaux est insignifiante. Seule la radio a grandi de manière constante au cours des ans, en particulier depuis que les stations communautaires ont commencé leurs activités.

Le *Théâtre de rue Aarohan* a commencé en 1988, du temps de l'ancien régime politique, le système Panchayat. Les libertés d'expression étaient largement restreintes et les droits de l'homme ignorés. Il n'existait qu'un parti politique, le parti du gouvernement. Le régime était très méfiant à l'égard des pièces de théâtre qui touchaient des thèmes politiques et sociaux. En lieu et place des paroles, *Aarohan* utilisait des symboles et des gestes pour se référer à des questions sociales et contemporaines.

Sunil Pokharel étudia la psychologie à l'université Tribhuvan au Népal, et obtint par la suite un diplôme d'études théâtrales à l'École nationale d'art dramatique, à New Delhi, en Inde (1984–1987), avec comme spécialité la mise en scène. Il fut le fondateur et il dirige encore le *Théâtre de rue Aarohan*. Alors qu'en Inde, c'était déjà un concept important, au Népal, le théâtre de rue était encore une nouveauté. Aujourd'hui encore, il n'existe toujours pas d'académie de théâtre au Népal.

IMPACT SOCIAL

D'une manière générale, le *Théâtre de rue Aarohan* a contribué à faire prendre conscience à la population d'une série de problèmes liés au contexte social, culturel et politique. Certaines de ses interventions visent des changements à long terme (éducation, santé), et d'autres prétendent à des changements immédiats de comportement.

Voici quelques exemples :

À la fin des années quatre-vingt-dix, le gouvernement se disposait à approuver une loi autorisant la police à maintenir des gens en détention jusqu'à 90 jours sans mandat d'arrêt. Des leaders politiques, des écrivains et des artistes prirent la tête d'un mouvement contre cette loi. *Aarohan* et *Sarwanam*, un autre groupe de théâtre, donnèrent des représentations dans les rues de Katmandou, avec des messages tellement puissants qu'ils purent influencer l'opinion publique et le gouvernement s'abstint finalement d'approuver la nouvelle loi.

La formation de onze groupes locaux dans trois districts du *tarai*, les districts les plus affectés par la lèpre, eut un énorme impact social. Au cours de l'année 1999, plus de mille représentations de la pièce sur la lèpre furent données. Beaucoup de gens prirent le chemin des hôpitaux pour y être examinés et recevoir un traitement. La majorité des patients fit valoir que la pièce de théâtre les y avait incités.

Dix ans auparavant, *Aarohan* avait organisé un stage de formation de deux mois destiné aux enfants des rues et avait préparé avec eux une pièce basée sur leur situation, pièce dans laquelle ils jouèrent. La pièce changea les perceptions dominantes autour des enfants des rues. En 1998, ces mêmes enfants créèrent une organisation appelée *Jagaran* (*Prendre conscience*) avec pour objectif d'apporter une aide aux autres enfants des rues. Ils définirent leurs objectifs, leurs programmes et installèrent un bureau.

Avec l'appui de l'UNICEF, *Aarohan* organisa dans la partie centrale du *tarai* au Népal un projet de communication sur la santé, prônant l'utilisation des latrines. Quatre groupes communautaires furent formés pour interpréter une œuvre dans la langue locale. Un an après, la demande en matériel pour la construction de latrines s'était multipliée par cinq dans les endroits où avaient eu lieu les représentations de la pièce.

Près de 30 groupes de théâtre formés au fil des ans par *Aarohan* sont toujours actifs et constituent un réseau informel avec un énorme potentiel de promotion des changements sociaux.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Trois traits importants caractérisent la méthodologie d'*Aarohan* : la formation de nouveaux groupes, la recherche de nouvelles pièces et l'interaction avec le public pendant et après les représentations.

Le trait le plus important est la formation, qui permet que l'activité de communication s'étende à des centaines de villages qui seraient autrement hors d'atteinte. En formant de nouveaux groupes et en partageant avec eux l'expérience d'un théâtre communautaire orienté à des fins sociales, *Aarohan* multiplie l'impact de cet outil de communication communautaire novateur. Des groupes de dix à trente participants sont formés pendant dix jours, tous les éléments de la technique d'art dramatique et de l'histoire du théâtre sont intégrés à la formation, y compris des exercices physiques, des jeux, du yoga et tous les aspects liés à la recherche et au développement d'une pièce de théâtre. La formation s'adresse généralement à des groupes de jeunes qui peuvent s'y consacrer à plein temps.

Il existe, au Népal, une tradition de spectacles à l'air libre. Les danses traditionnelles et les pièces de théâtre sont jouées avec la participation de la communauté ; le théâtre de rue est facilement accepté par les gens. Les recherches que réalise *Aarohan* pour préparer de nouvelles œuvres s'appuient sur cette tradition ; elles sont à la fois directes et novatrices. Sunil Pokharel et son groupe voyagent dans la zone sélectionnée pour s'imprégner des problèmes locaux et des traditions musicales ou théâtrales existantes. Puis il écrit une pièce qui intègre les traditions théâtrales dans le contexte social contemporain.

Les débats qui ont lieu après chaque représentation ne sont pas moins importants. Ils sont essentiels à la détermination de la réussite du projet en ce qu'ils permettent de vérifier si les messages ont été correctement transmis à la population.

OBSTACLES

Au début, quand *Aarohan* donnait des représentations dans des endroits reculés du pays, les différences de langue, de culture et de coutumes constituaient un vrai problème. Mais la stratégie de formation de groupes locaux a permis de résoudre cette difficulté. Même ainsi, le défi consiste à obtenir un contenu et un style qui correspondent à chaque communauté et le risque de faire des pièces très superficielles et trop chargées de propagande continue d'être présent.

Sunil Pokharel considère qu'un problème important pour son groupe de théâtre consiste dans le fait que souvent, les agences de développement qui parrainent les représentations voudraient qu'une même œuvre soit encombrée de plusieurs messages. Pour Pokharel, dans chaque pièce dramatique, il doit y avoir un équilibre entre le divertissement et l'éducation. D'un autre côté, certains acteurs ont tendance à inclure trop d'éléments de diversion pendant leurs interprétations, marginalisant ainsi les messages.

Un autre obstacle consiste dans la réalisation du suivi après les représentations, qui, souvent, est négligé en raison de ressources disponibles limitées. Les agences compétentes chargées de faire ce suivi avec régularité ne le font pas.

Les problèmes de logistique aussi affectent la qualité du travail. Le Népal est un pays montagneux et les possibilités de transport sont insuffisantes pour arriver à certains endroits éloignés, ce qui exige un effort supplémentaire de la part de tous les acteurs qui doivent parfois marcher plusieurs jours. Les fonds restreints destinés aux acteurs font que beaucoup abandonnent pour la recherche d'un autre travail.

RÉFÉRENCES

L'information de ce chapitre a été obtenue grâce à des entretiens par courrier électronique avec Sunil Pokharel, directeur du *Théâtre de rue Aarohan*.

CESPA



FICHE TECHNIQUE

NOM :	Centre de services de production audiovisuelle (CESPA)
PAYS :	Mali
OBJECTIFS :	Développement rural
LIEU :	Bamako
BÉNÉFICIAIRES :	Population rurale
PARTENAIRES :	Ministère de la Culture
FINANCEMENTS :	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), Programme des Nations Unies pour de développement (PNUD), fonds propres depuis 1994
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

Dans un pays aussi sec et austère, le jardin au milieu du bâtiment du *CESPA* ressemble à une oasis. D'une certaine façon, il symbolise les objectifs du projet, qui aspire à créer une oasis de communication participative dans des communautés éloignées du Mali.

Le jardin est protégé par l'immeuble carré qui l'entoure, inspiré des anciens modèles architecturaux, particulièrement adaptés aux vents de l'harmattan, qui fait sentir sa puissance chaque hiver. J'ai eu l'occasion de voir le ciel devenir obscur et rougeoyant, des nuages de poussière et de sable suspendus sur le nord du Burkina Faso, Mali, Niger, Tchad, et d'autres pays au sud du Sahara.

Le désert s'étend lentement mais implacablement vers le sud. Chaque année, quelques mètres de terre fertile disparaissent sous les dunes de sable, très belles à regarder, mais qui signifient seulement mort et pauvreté. Le bétail périt, les quelques arbres qui restent disparaissent sous le sable et les communautés démantèlent leurs villages pour émigrer. Même le Niger qui, imposant, dessine un arc gigantesque de 4 180 kilomètres de long à travers quatre pays, ne semble

pouvoir inverser ce processus, même si ses eaux sont l'unique barrière qui empêche une destruction plus rapide. Le Mali dispose encore d'une région assez humide au sud de Tombouctou, où le Niger alimente généreusement les lacs de Faguibine, Do, Nianguey, Débo et Korarou, mais, même ici, la terre ne produit plus le nécessaire.

Le Mali se place systématiquement à la fin de la liste des pays les plus pauvres dans le Rapport du développement humain des Nations Unies. Des projets comme le *CESPA* contribuent à améliorer la situation économique des communautés rurales, aidant la population à s'organiser pour le développement et à innover en agriculture pour tirer un meilleur profit de la terre disponible, tandis que l'on combat l'érosion et la désertification et que l'on protège les ressources naturelles.

Les outils vidéo qu'utilise le *CESPA* cherchent à promouvoir le dialogue et à développer de nouveaux canaux de communication. Si l'objectif était seulement de produire des modules de formation audiovisuelle sur des aspects techniques, l'objectif à long terme en serait pour ses frais. Seul un processus de communication qui prône la participation communautaire peut restaurer la confiance dans l'avenir de l'espace rural au Mali.

DESCRIPTION



Fin 1988, le gouvernement du Mali signa un accord avec la FAO et le PNUD pour créer le Centre de services de production audiovisuelle (*CESPA)*, un programme inspiré d'une série d'expériences, de méthodologies et de réussites techniques que la FAO avait menée en Amérique latine, en particulier avec le *CESPAC* (au Pérou) et le *PRODERITH* (au Mexique). Ces expériences eurent du succès dans la formation, la mobilisation sociale et l'organisation de la population rurale grâce à l'utilisation d'outils audiovisuels, en particulier la vidéo.

L'objectif général du *CESPA* est de généraliser la formation des agriculteurs pour faciliter la mise en place de nouvelles politiques gouvernementales de développement social, basées sur la participation des communautés rurales. Le projet utilise divers outils de communication et des approches novatrices de participation pour favoriser l'emploi de nouvelles techniques en agriculture, renforçant la capacité de gestion et une plus grande participation communautaires.

Outre l'introduction de nouvelles connaissances sur les technologies alternatives pour l'amélioration de la production, le *CESPA* se proposa de rechercher, réunir et diffuser les connaissances traditionnelles, les initiatives locales de développement et les valeurs culturelles de communication rurale. La vidéo devint le moyen idéal pour faciliter les échanges et établir un dialogue fructueux entre les formes traditionnelles et les apports modernes.

Pendant les trois premières années du projet, considérées comme une phase pilote, le *CESPA* se concentra sur le développement de sa propre capacité institutionnelle pour utiliser la vidéo dans la formation et la production de paquets audiovisuels. Le principal défi fut d'adapter au contexte malien les principes de la « pédagogie audiovisuelle » développés par Manuel Calvelo et ses successeurs dans divers projets de développement rural en Amérique latine. À la fin de cette période, trente « pédagogues audiovisuels » avaient été formés et intégrés au projet. Pendant la formation, l'accent fut mis sur la communication participative.

Vers 1993 commença la seconde phase, pendant laquelle le *CESPA* devint une entité autonome, indépendante du gouvernement et des sources de financement officielles. Son nouveau statut conditionna la survie du *CESPA* à sa capacité de générer des fonds propres, devenant ainsi un fournisseur de services de communication générateurs de revenus. Pour s'adapter à ses nouvelles fonctions, le *CESPA* renouvela son équipement vidéo. Les changements devaient permettre la captation d'une partie du marché régional de production de documentaires destinés aux chaînes de télévision. Le *CESPA* étendit sa capacité technique à d'autres domaines de la communication, y compris les cassettes audio, les affiches et la photographie. Le financement du PNUD alla en diminuant à mesure que le *CESPA* générait des fonds propres grâce à la production de vidéo pour des ONG et des agences de coopération internationale.

La production de « paquets pédagogiques » pour la formation technique continua d'être l'activité centrale du *CESPA* dans les années suivantes. Les recherches dans le domaine communautaire, le dialogue avec les paysans, la récupération de pratiques culturelles et traditionnelles, ainsi que les contributions du personnel technique spécialisé constituèrent l'essentiel de la production vidéo. La post-production cependant se faisait au siège du *CESPA* à Bamako, avec une très faible participation des communautés rurales. En général, une édition brute des vidéos était mise à l'essai dans les zones rurales avant d'être distribuée.

En 1999, 22 paquets pédagogiques dans plusieurs langues du Mali avaient déjà été produits. Les thèmes principaux couvraient la santé, l'environnement, l'élevage et la gestion. De plus, le *CESPA* produisit 116 clips et vidéos de motivation, 23 programmes culturels sur les traditions locales, 20 vidéos institutionnelles ainsi que des pièces de théâtre et des programmes d'information pour la télévision.

ORIGINES ET CONTEXTE

80 % de la population malienne vit dans des zones rurales. La moitié du pays s'étend sur le Sahara et presque toute l'autre moitié fait partie du Sahel. Les précipitations ne touchent que 6 % du territoire, et ce dans la partie la plus méridionale du pays. Les six millions de personnes qui habitent dans les zones rurales du Mali vivent de l'agriculture et de l'élevage. Cette population rurale est composée d'au moins dix ethnies principales, en majorité musulmanes.

Le pays entier dépend de la saison des pluies, ce qui le rend très vulnérable aux changements climatiques. Les désastres naturels ont hanté le pays pendant les dernières années du siècle passé, une large sécheresse dans les années soixante-dix eut pour conséquence une dépendance accrue vis-à-vis des financements extérieurs.

Bien que depuis les années soixante, plusieurs gouvernements aient proclamé vouloir mettre l'accent sur le développement rural, aucun n'a réussi à progresser dans ce domaine. Ni les régimes militaires les plus rigides, ni les gouvernements démocratiques n'ont réussi à organiser la population rurale dans la perspective du développement de l'agriculture. Comme dans d'autres pays, les gouvernements du Mali furent incapables d'encourager la participation communautaire.

Seuls quelques efforts significatifs réalisés dans les années soixante par le gouvernement socialiste survécurent aux changements politiques, à savoir quelques stations de radio et des centres de formation rurale. Quand le *CESPA* commença ses activités, il pu profiter de l'expérience de diverses institutions pour travailler dans le cadre de la participation communautaire.

IMPACT SOCIAL

Le *CESPA* a formé une nouvelle génération de communicateurs pour le développement rural. D'après les rapports de la FAO, le noyau central de 16 employés polyvalents domine toutes les étapes du processus : recherche, développement de concepts et de scénarios, production, post-production et utilisation des paquets pédagogiques dans le domaine communautaire. Fin 1998, on comptait un autre groupe de 248 personnes de diverses institutions qui travaillaient dans le développement rural, familiarisé lui aussi avec la méthodologie de formation des paysans.

Dans le rapport de l'étude de cas réalisé par la FAO sont présentés divers exemples de changements suscités par le *CESPA*. Avant cela, par exemple, les rapports entre les paysans et les banques rurales étaient tendus et se caractérisaient par le manque de compréhension et de connaissance mutuelles. Un paquet pédagogique sur le crédit aurait contribué à diminuer la brèche en expliquant les mécanismes et procédures bancaires.

Le *CESPA* est devenu une référence en matière de politique de communication pour le développement rural. Aucune autre institution au Mali ne connaît aussi bien la problématique du développement rural et le potentiel de la participation locale. De plus, du fait de sa philosophie sur le développement et de sa méthodologie d'intervention en zones rurales, le *CESPA* est considéré comme une institution spécialisée unique en son genre, non seulement au Mali mais aussi dans toute l'Afrique occidentale.

Le discours sur le développement au Mali a changé grâce à l'influence des activités du *CESPA*. Des expressions comme « la communication pour le développement » ne sont plus rares dans les discours officiels, dans les rapports institutionnels et dans les séminaires ; les institutions gouvernementales ont créé des postes de « conseillers en communication » et les concepts de développement participatif sont maintenant enracinés dans les organisations de développement du pays.

Bien que cela ne se reflète pas dans les changements sociaux, pour la FAO, le succès du *CESPA* comme entreprise générant des fonds propres reste un exploit important. Depuis 1994, les revenus ont augmenté de manière constante et le soutien du PNUD a diminué proportionnellement. Aussi bien les ONG que les agences de coopération internationales ont employé les services du *CESPA* pour la production de matériels d'information et institutionnels.

MÉDIAS ET MÉTHODES

La méthodologie de production du matériel de formation et les « paquets pédagogiques » du *CESPA* ressemblent à ceux qu'utilisent des programmes similaires en Amérique latine. La première étape consiste à faire des recherches dans le domaine communautaire pour définir les thèmes généraux et spécifiques qui seront développés dans la formation et pour connaître la perception de la communauté sur chaque thème. Ensuite, la connaissance locale est comparée avec celle des spécialistes, dans le but d'enrichir les deux perspectives. L'équipe de recherche prête une attention particulière aux modèles et valeurs culturels, ainsi qu'aux problèmes qui prévalent dans les zones rurales où la formation sera réalisée.

Le concept pédagogique est développé lors de l'étape suivante, par la confrontation de l'information obtenue sur les connaissances et les pratiques locales avec l'expérience et les données des techniciens, ainsi qu'avec les codes culturels prédominants. Alors seulement on écrit le scénario et on commence l'enregistrement de la vidéo dans les zones rurales, avec la participation des paysans eux-mêmes comme « acteurs ». Le processus de post-production inclut l'élaboration de matériels d'appui, comme les cassettes audio et les manuels pour formateurs et participants. Ces compléments furent tous deux intégrés à partir de 1998.

De préférence pendant l'étape finale de production, un brouillon ou première coupe de la vidéo est présenté au personnel technique pour révision et est montré aussi aux communautés pour recueillir les réactions des paysans. L'édition définitive de la vidéo est faite ensuite, et, avec le paquet pédagogique, elle devient disponible pour les activités de formation.

Le processus de formation est participatif et ses composantes centrales incluent discussions et exercices pratiques. Pour commencer, les représentants de la communauté doivent être d'accord avec les contenus et les aspects de logistique. La formation se déroule dans les villages où les formateurs restent plusieurs jours, ce qui favorise ainsi les échanges avec les paysans hors des sessions formelles. Le *CESPA* forme aussi des promoteurs des agences de coopération et des ONG intéressées par l'utilisation des « paquets pédagogiques ».

OBSTACLES

À partir de 1993, quand le *CESPA* devint une initiative générant des fonds propres, son orientation d'origine changea, malgré l'intention de continuer à soutenir les communautés rurales. Seule l'assistance technique de la FAO, tant qu'elle dura, maintint le *CESPA* proche de ses objectifs originaux.

L'acquisition d'équipements vidéo sophistiqués éloigna cet outil des mains de ceux qui pouvaient les utiliser dans les communautés à des fins de formation. Très clairement, le processus devint moins important que les produits, et la dépendance vis-à-vis des contrats extérieurs grandit, marginalisant le travail communautaire. Le *CESPA* réussit sans aucun doute à devenir une institution autosuffisante (bien que l'appui du PNUD fût toujours nécessaire) mais il s'éloigna de plus en plus du développement participatif.

Bien que la production des « paquets pédagogiques » ait conservé son importance, le processus engage la participation communautaire seulement dans les premières étapes de la recherche et de la récolte d'informations. La production et la post-production restent entre les mains de professionnels qui ne maintiennent pas un contact suffisant avec les communautés rurales.

RÉFÉRENCES

L'auteur a visité Bamako en 1993, dans les premières années d'existence du *CESPA*.

Coulibaly, N'golo. *Le Centre de services de production audiovisuelle (CESPA)*. [Étude de cas] Rome : FAO, 1999.

HAUT-PARLEURS COMMUNAUTAIRES



Philippines

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Community Audio Towers
PAYS :	Philippines
OBJECTIFS :	Développement communautaire
LIEU :	Tacunan, Maragusan, Floryda (CAT), et Nagbukel, Pinagdanglayan Dolores, Concordia, Tulungatong (projets DSC)
BÉNÉFICIAIRES :	Près de 4 000 personnes par communauté
FINANCEMENTS :	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), Programme des Nations Unies pour de développement (PNUD), Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), Département d'Agriculture
MÉDIAS :	Haut-parleurs montés sur des tours

ANECDOTES

Très tôt le matin, au levé du soleil, l'écho de la musique des *Haut-parleurs communautaires* de Tacunan filtre entre les arbres et les plantations, accompagnant les paysans tandis qu'ils travaillent dans leurs champs.

Entre les chansons s'intercalent quelques annonces d'intérêt général : aujourd'hui, le maître d'école est arrivé, le *carabao* qu'avait perdu M. Ostong a été trouvé près de la route, jeudi prochain, ce sera jour de vaccination au centre de santé, le directeur de la station, Jacinto « Jake » Sarco convoque tous les membres du Conseil communautaire de communicaton (« Community Media Council », en anglais) à une réunion demain en fin de journée…

Six haut-parleurs extérieurs, montés tout en haut d'un mât, envoient leurs sons dans l'air jusqu'à une distance de 5 kilomètres. Des personnes représentant les différents secteurs sociaux préparent des programmes et les transmettent, devenant ainsi des journalistes

et animateurs volontaires dont le travail mérite le respect du *barangay* (la communauté). Tous ceux-là sont membres du Conseil communautaire de la communication (CMC) qui se réunit le second jeudi de chaque mois pour discuter des problèmes importants pour la communauté, et pour préparer la programmation.

Aujourd'hui a lieu la réunion du CMC bien que la station n'ait pas pu fonctionner ces deux derniers mois, depuis que l'amplificateur chinois est tombé en panne. Le CMC discute des difficultés rencontrées pour trouver des pièces de rechange de fabrication chinoise. Il n'a pas été possible de trouver des pièces de rechange à Davao City, ni même à Manille, la capitale des Philippines. Cependant, la communauté n'a pas chômé pendant cette période.

Les mois pendant lesquels la station fut silencieuse, un mât fut installé plus haut et dans un meilleur endroit. Avant, la station était logée dans une petite hutte de bambou, maintenant elle dispose d'un nouveau local en béton, juste à côté de la salle de réunion du *barangay*. Les plans conçus pour installer un transmetteur et devenir ainsi une station de radio ne signifient pas que le système de haut-parleurs sera mis au rebut : « Une fois que les haut-parleurs commencent à parler les gens deviennent un public captivé », assure Jake Sarco, le directeur.

DESCRIPTION

À la fin des années quatre-vingts, la FAO promut l'installation des *Haut-parleurs communautaires* (*Community Audio Towers* en anglais, ou CAT), et à la fin des années quatre-vingt-dix, l'UNICEF introduisit un projet similaire portant le nom de Systéme communautaire de diffusion publique (*Community Public Address System*, ComPAS). Les deux stratégies de communication, qui utilisent des haut-parleurs communautaires, se ressemblent. Deux microphones connectés à un système de karaoké et à un amplificateur de 20 watts (FAO) ou de 80 watts (UNICEF) et quatre ou six haut-parleurs montés en haut d'un poteau… constituent la formule de CATs et de ComPAS. La différence entre les deux n'est pas tant dans la technologie utilisée que dans le processus de communication. Le projet initié par la FAO met l'accent sur la préparation de la communauté à travers le diagnostic de la situation économique et sociale, et l'établissement du CMC qui représente démocratiquement tous les secteurs du *barangay*.

Au cœur des deux projets se trouve la volonté de soutenir les communautés rurales dans l'utilisation d'une technologie d'une portée limitée (par opposition à la radio normale, d'une portée plus étendue), pour améliorer la communication communautaire et avancer dans le développement social. Ce système de communication vise à promouvoir la discussion des problèmes locaux et à mobiliser

les communautés sur les droits de l'enfant, la santé et la nutrition, la religion, la politique et tous les événements sociaux importants pour la communauté. Les représentants de ces secteurs reçoivent une formation technique en radiodiffusion communautaire, en réalisation d'interviews, en diffusion d'annonces, en écriture de scénarios, en création de jingles et en art dramatique ainsi que dans d'autres formats radio.

Les secteurs représentés dans le CMC varient d'un endroit à l'autre, mais incluent généralement une représentation équilibrée des paysans, des femmes, des personnes âgées, des jeunes, du personnel sanitaire, des éducateurs, des autorités locales, des leaders religieux, etc. Près de la moitié des membres du CMC sont des femmes et elles sont très actives.

Les *Haut-parleurs communautaires* de Tacunan ont commencé le 16 août 1992. Tacunan est un petit *barangay* de Tugbok City, à environ une heure de route de Davao City. D'autres communautés ont suivi l'exemple : Maragusan (8 avril 1995) à Davao del Norte, et Floryda (18 février 1998) à Kapalong. Maragusan est devenue une station de radio en novembre 1998, quand un émetteur de 20 watts fut installé avec l'appui du projet *Tambuli*. Dans d'autres endroits, des activités d'appui au développement de la communication se sont aussi développées dans le cadre du projet PCARRD de la FAO/PNUD, mais elles ne se concentrent pas nécessairement sur les *Haut-parleurs communautaires :* il s'agit de Nagbukel à Isabela, de Pinagdanglayan Dolores à Quezon, de Concordia à Guimaras et de Tulungatong à Zamboanga City.

Les *Haut-parleurs communautaires* de Tacunan constituent l'expérience la plus réussie et, selon la communauté, elle a été un instrument décisif dans le développement du *barangay* dans les années quatre-vingt-dix. La population a acquis peu à peu une conscience plus aiguë des nécessités collectives et des solutions potentielles. Grâce à un programme bien établi, les problèmes les plus importants furent discutés pendant des semaines.

Tous les après-midi, de six à sept heures, quand les familles rentrent dans leur foyer après une longue journée de travail, les *Haut-parleurs communautaires* de Tacunan abordent des thèmes de réflexion d'intérêt commun : santé (lundi), agriculture (mardi), droits de la femmes (mercredi), conseil *barangay* (jeudi), coopératives (vendredi), communauté (samedi) et religion (dimanche).

Les émissions principales sont : *Ayaw'g ingna Tigulang na Ko* (Ne leur dis pas que je suis vieux), *Bahandi sa Kinabuhi* (La richesse de la vie), *Agrikulturang Pangmasa* (L'agriculture du peuple), *Ikaw, Ako usa ka batan-on* (Toi et moi, les jeunes), *Ang Kababayen-an Karon* (La femmes d'aujourd'hui). En 1999, avec l'appui de l'UNICEF, un nouveau programme fut introduit sur les droits de l'enfant.

ORIGINES ET CONTEXTE

Au cours des vingt dernières années, une croissance rapide des moyens de communication s'est produite aux Philippines, due à la révolution technologique, aux politiques de libéralisation, au retour de la démocratie, et à la décentralisation et à la dérégulation des télécommunications. Le résultat fut la multiplication des moyens d'information provinciaux, particulièrement de la radio et de la télévision. Des statistiques récentes montrent qu'il y a 328 stations en AM et 317 en FM, qui couvrent les 90 % de la population à travers 25 millions de récepteurs radio. La télévision s'élargit aussi, en raison de l'expansion de l'électrification des zones rurales ; près de 128 chaînes fonctionnaient fin 1999. Cependant, tout cela n'a pas modifié dans son essence le panorama de la communication et de l'information en termes d'accès réel des communautés aux médias.

La description précise des moyens d'information faite il y a vingt ans par Louie N. Tabing, coordinateur du projet *Tambuli*, est toujours d'actualité aujourd'hui : « Profit, Propagande, Pouvoir et Privilège » (« Profit, Propaganda, Power and Privilege », en anglais), constituent la motivation principale des moyens de communication de masse aux Philippines. Le sigle « PPPP » règne toujours sur la majeure partie de la population, à l'exception de ces communautés où ont été implantés des projets petits mais importants comme les CAT ou le réseau *Tambuli*. Ces expériences ont fait la différence.

L'idée des *Haut-parleurs communautaires* avait auparavant déjà été mise en place pour soutenir le développement social et économique dans les communautés rurales marginalisées et appauvries des pays du Tiers monde. En Éthiopie, en Thaïlande et au Mozambique (pour ne mentionner que certains exemples des années quatre-vingts), les *Haut-parleurs communautaires* servirent à mobiliser l'organisation communautaire autour des problèmes de développement social et de renforcement de l'identité culturelle.

IMPACT SOCIAL

« Notre situation s'est améliorée ces sept dernières années, depuis que les *Haut-parleurs communautaires* ont été installés à Tacunan. Maintenant nous avons un chemin que nous n'avions pas avant, et aussi l'électricité, l'eau […] ». Peut-être n'est-ce pas un résultat direct des *Haut-parleurs communautaires*, mais quoi qu'il en soit, l'idée qui domine, c'est que l'installation des CAT à Tacunan fut déterminante dans le développement économique et social. Les gens n'hésitent pas à attribuer les bénéfices obtenus au système de communication. Il peut sembler faible en comparaison d'une station de radio mais il ne fait aucun doute que les trois ou quatre communautés voisines de Tacunan ou Maragusan ont appris à apprécier l'impact de cet outil de communication rural mis à leur portée.

Il n'est pas surprenant que Maragusan ait pris l'initiative de transformer en station de radio ses *Haut-parleurs communautaires* qui avaient été installés après une formation offerte par la population de Tacunan. L'émetteur radio établit une différence technologique mais les contenus et les objectifs opérationnels sont similaires.

En 1993, un an après le début des activités des *Haut-parleurs communautaires,* le premier défi de l'*arbre à problèmes* fut résolu : l'eau. En 1994, un autre pas important fut fait avec l'installation de l'électricité. Mais cela ne s'arrêta pas là. Selon certains villageois consultés, les CAT permirent de résoudre des problèmes agricoles aboutissant au contrôle de la peste de la banane et à la campagne d'éradication du scarabée rhinocéros, qui affecte les cocotiers. Les *Haut-parleurs communautaires* de Maragusan ont aussi permis de commencer divers projets qui génèrent des revenus additionnels pour les animateurs de DXML.

En 1994, la communauté de Tacunan élabora un plan quinquennal de développement avec l'aide du Projet de soutien au développement de la communication (FAO/PNUD). Le plan fut le résultat d'un stage de formation sur la planification de projets par objectifs.

MÉDIAS ET MÉTHODES

L'installation des *Haut-parleurs communautaires* a commencé par un processus rigoureux de formation et d'analyse des problèmes communautaires et de leurs solutions. Cette méthodologie permet à la communauté de commencer ses activités avec une idée claire sur les causes du sous-développement et sur ses solutions potentielles.

Bien avant que les haut-parleurs ne commencent à émettre des sons, un groupe de la communauté participa à une formation qui inclut la conception d'un *arbre à problèmes* élaboré collectivement sur un tableau et traduit ensuite en un schéma qui capture en détail la nature des obstacles au développement de la communauté. À Tacunan, par exemple, le manque d'eau fut identifié comme l'un des problèmes les plus urgents.

À côté de *l'arbre à problèmes* est dessiné *l'arbre de la vie* qui sera actualisé tous les ans en intégrant les objectifs de développement déjà atteints. L'*arbre de la vie* doit fleurir et grandir à mesure que la communauté réussit à se développer socialement, culturellement et économiquement. Ces techniques sont sans aucun doute à la source de la participation et de la force de l'expérience des *Haut-parleurs communautaires* aux Philippines.

OBSTACLES

Les principaux obstacles sont de nature technique, comme par exemple la portée limitée du son. En 1999, Tacunan a construit une tour plus haute dans un lieu mieux adapté pour pouvoir ainsi atteindre les communautés voisines. L'amplificateur chinois de 20 watts tomba en panne et ne put être réparé pendant plusieurs mois.

RÉFÉRENCES

L'information contenue dans ce chapitre est basée sur des visites sur le terrain à Tacunan et Maragusan (Davao del Norte à Mindanao), et des réunions avec Jacinto Sarco, directeur de Tacunan, le maire Gerome Lamparas Jr. et Loreta González, présidente du CMC de Maragusan, ainsi que des entretiens avec Frank E. Endaya, chargé de communication pour le développement au Département d'Agriculture, unité régionale XI, et Louie N. Tabing, directeur du projet *Tambuli*.

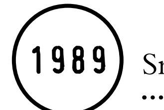
Voir aussi : Gaviria, Lydda. *A Farmer First Approach to Agricultural Communication : a Case Study from The Philippines* et d'autres textes intéressants sur le site Web de la FAO : http://www.fao.org/sd/CDdirect/CDan0004.htm

The DSC Newslink, une publication trimestrielle du Projet d'appui au développement de la communication (FAO/UNDP) à Los Baños, Laguna, a publié divers articles sur l'expérience de Tacunan.

UHAY, une publication trimestrielle du Département d'Agriculture de la Région XI, et le Monitor, qui édite le *Consortium de recherche et développement de ressources agricoles du sud de Mindanao* (SMARRDEC), ont aussi publié divers articles courts sur les *Haut-parleurs communautaires* de Tacunan et de Maragusan.

L'information sur ComPAS a été fournie par Teresa Stuart, responsable de communication pour l'UNICEF à Manille.

RADIO COMMUNAUTAIRE KOTHMALE



Sri Lanka

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Kothmale Community Radio
PAYS :	Sri Lanka
OBJECTIFS :	Développement communautaire
LIEU :	Kothmale
BÉNÉFICIAIRES :	Population de 350 000 habitants
PARTENAIRES :	Université de Colombo, Ministère des postes, télécommunications et médias, Commission de régulation des télécommunications
FINANCEMENTS :	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), Sri Lanka Broadcasting Corporation (SLBC)
MÉDIAS :	Radio, Internet

ANECDOTES

Tandis que Sriyapali se prépare à interviewer l'un des plus actifs collaborateurs de la radio, je fais un tour dans la station pour voir comment on travaille à Radio Kothmale.

Dans la salle du personnel se trouvent deux professeurs de musique, Nilmany et Wijisinghe, en train de répéter les chansons qu'ils enregistreront plus tard. Tous deux sont des musiciens aveugles qui enseignent à l'école du village. Six autres enfants d'un village voisin entonnent des chansons du folklore local. Dans la salle d'informatique, Kosala est en train de préparer une animation pour une entreprise de cinéma du Sri Lanka, tandis que sur un autre ordinateur, Buddhika, un collaborateur enthousiaste qui, avant de venir au centre n'avait jamais utilisé un ordinateur, dialogue avec quelqu'un en Inde tout en construisant sa page Web personnelle. Sa messagerie électronique est pleine de messages d'amis qu'il s'est fait récemment autour du monde.

Certains équipements de la station sont transportés au minibus : cette nuit, il y aura une retransmission en direct de l'université de Wickramasinge, où les étudiants ont préparé une veillée musicale.

La station entre déjà dans sa onzième année d'activité et elle est devenue partie intégrante de la communauté. Tous, dans la région, connaissent Radio Kothmale FM. Je peux voyager à 15 kilomètres de distance et demander aux gens s'ils connaissent Kothmale FM, la réponse sera toujours positive. Beaucoup me racontent qu'une sœur ou un oncle a chanté à la radio ou a parlé dans un programme, mentionnent leurs programmes et leurs animateurs préférés.

L'entretien commence dans le studio d'enregistrement : « Je m'appelle S.B.K Wijarathna. Je viens du village de Dekekanawa Nawalapitiya. Je vends des billets de loterie. J'ai 52 ans, je suis marié, j'ai trois filles […]. J'ai envoyé ma première lettre à la station il y a trois ans, elle a été lue le jour suivant. Ce que j'ai ressenti ce jour là, c'était une grande joie. Depuis lors, j'écris à la station et je contribue avec des poèmes et des faits historiques, j'envoie des faits et des informations. Je crois que cette station est un service très proche de nous, elle donne leur chance à des nouveaux chanteurs et artistes. Les auditeurs aiment beaucoup les chansons ».

S.B.K continue à parler de son programme dans lequel il passe et commente de vieilles chansons de films. « Athithayan gee mal dothak » est devenu l'un des programmes les plus écoutés. — Écrit par Tania Notley, volontaire australienne à la *Radio Communautaire Kothmale FM.*

DESCRIPTION



La pauvreté en Asie se concentre en grande partie dans des zones rurales où l'accès à l'information est très limité. Les nouvelles technologies peuvent contribuer à alléger la pauvreté en facilitant l'accès à l'information liée à des thèmes de développement ; une combinaison entre la radio communautaire traditionnelle et Internet contribue à améliorer les services d'information dans les zones rurales.

Internet est de plus en plus utilisé pour diffuser les programmes de radio. Le projet Internet de *Radio communautaire de Kothmale* (*KCRIP*, d'après son sigle en anglais), qui vise à évaluer les avantages des nouvelles technologies de communication dans des zones reculées, a été mis en place par l'UNESCO en collaboration avec la Corporation de diffusion du Sri Lanka, le Ministère des postes, télécommunications et moyens de communication, la Commission de régulation des télécommunications, et l'Université de Colombo.

Kothmale se situe au centre du Sri Lanka, à environ trois heures de route de Colombo. *Radio communautaire Kothmale* couvre un rayon de 25 kilomètres qui inclut les populations rurales du Gampola, Nawalapitiya et Thispane, constituant une population d'environ 350 000 habitants.

Le projet utilise la radio communautaire comme interface entre Internet et les communautés rurales. L'UNESCO a fourni les équipements informatiques et la formation, et le gouvernement, à travers sa Commission de régulation des télécommunications, a facilité la connexion de la radio communautaire à Internet grâce à une connexion spéciale de 64 Ko.

Trois bornes d'accès aux ordinateurs ont été installées dans différents centres communautaires. En raison de l'insuffisance des lignes téléphoniques, une connexion radio par micro-ondes à été établie entre Nawalapitiya et Kothmale, et un terminal d'accès a été installé pour permettre les connexions depuis le centre de Gampola et d'autres points d'accès dans le futur.

Les coûts de la ligne d'accès à Internet dans la radio communautaire et dans deux autres points d'accès seront couverts par le gouvernement pendant une période de deux ans, période durant laquelle *Radio communautaire Kothmale* devra développer une stratégie pour générer des fonds propres lui permettant de subvenir à ses besoins. Cela signifie que la station devra générer un revenu additionnel équivalent à 1 000 dollars par mois.

Le projet comprend des cours d'informatique et de construction de pages Web avec l'aide de l'Institut technologique d'informatique (ICT), d'un volontaire de l'organisation Australian Volunteers International (AVI), et du personnel de *Kothmale FM.* L'équipe de concepteurs de pages Web a élaboré le site Web de *Radio communautaire Kothmale* en trois langues ; il inclura aussi des émissions en direct de la radio.

Trois caractéristiques principales ressortent de ce projet qui combine les nouvelles technologies d'information avec un média plus conventionnel comme la radio :

- **Un programme radio pour « naviguer » sur Internet :** il est diffusé une heure par jour pendant laquelle les animateurs interprètent l'information de sites Web préalablement sélectionnés. Le public envoie ses questions à la station pour qu'elle cherche des informations spécifiques, qui sont ensuite diffusées dans la langue locale pour ceux qui ne parlent pas anglais.
- **La radio communautaire comme fournisseur de services Internet :** *Radio communautaire Kothmale* a mis à disposition des usagers deux points d'accès à Internet dans les bibliothèques communautaires de Gampola et Nawalapitiya. Ces points d'accès sont également utilisés pour une connexion directe avec la station, lors de la production de programmes en direct.
- **Développement d'une base de données communautaire :** *Radio communautaire Kothmale* met en place sa propre base de données avec les informations Internet souvent sollicitées par le public.

ORIGINES ET CONTEXTE

Radio communautaire Kothmale a commencé à émettre en février 1989. À cette date, la Mahaweli Authority (une agence gouvernementale de développement qui travaille dans la région centrale du Sri Lanka), avait réimplanté plus de 2 900 familles suite à la construction du second plus grand barrage du pays. L'administration de Mahaweli créa la station de radio pour informer les gens qui avaient été réimplantés, dont beaucoup perdirent leurs terres de culture et leurs produits. La station fut aussi utilisée pour fournir des informations sur le travail en indépendant et la santé.

En février 1991, la station émettait seulement trois jours par semaine, pendant trois heures. En 1999, elle déménagea dans une installation plus grande, à Mawathura, où elle se trouve actuellement, et les émissions furent allongées à 8 heures par jour. Les émissions matinales furent commercialisées de manière à ce que la station puisse couvrir 75 % des coûts de fonctionnement. La question financière resta sous la responsabilité de la Sri Lanka Broadcasting Corporation.

En 1998, l'UNESCO accorda un financement de 50 000 dollars pour commencer la réalisation d'un programme Internet, ce qui permit la naissance du KCRIP, destiné à promouvoir l'accès à Internet dans les zones rurales isolées du Sri Lanka, grâce à quelques ordinateurs et à une fréquence radio de portée régionale.

La station est située tout en haut d'une montagne dans la région centrale du Sri Lanka, dans une zone rurale où des petites fermes, des plantations de thé et de riz sont dispersées dans une forêt dense et entre des petits villages enchanteurs.

IMPACT SOCIAL

Dans les centres d'accès, les étudiants construisent leur propre site Web, ils utilisent Internet pour faire des recherches pour leurs études et obtiennent des informations sur les institutions éducatives et les bourses.

Les autres membres de la communauté ont un accès direct à l'information sur la santé, les droits de l'homme, l'agriculture et d'autres thèmes qui affectent leur vie quotidienne. Tanya Notley donne quelques exemples :

> Un homme est venu il y a peu, très bouleversé et un peu perdu, parce qu'un médecin local avait diagnostiqué à son fils la maladie de Hirchsprung ; grâce à Internet, il a pu obtenir des informations et des conseils de spécialistes d'autres pays. Un instituteur local a pu échanger des informations avec d'autres instituteurs du monde sur l'utilisation de la radio à ondes courtes dans l'enseignement, et appliquer ces connaissances à une école très isolée qui n'avait pas l'électricité. Un fermier qui espérait agrandir sa clientèle grâce à l'élevage d'oies fut ravi d'obtenir, par Internet, des schémas des installations et les données sur l'alimentation.

Une campagne pour le don de sang, une présentation pour des personnes intéressées par le travail en indépendant, des consignes de prévention d'une épidémie qui affecte les vaches, la collecte de fonds pour les hôpitaux locaux, la donation de livres pour une bibliothèque communautaire … Voici certaines des entreprises soutenues par *Radio communautaire Kothmale*.

L'information sur les droits de l'homme s'est améliorée grâce à la facilité d'accès à Internet. Madhushini Nilmabandara et Nilma Samrakool réalisent un programme hebdomadaire sur les droits de l'homme avec l'appui financier du Centre de droits de l'homme de l'université de Colombo : « Les gens n'avaient pas conscience de leurs droits. C'est pourquoi nous leur donnons des informations […] à propos de comment faire pour protéger ces droits. Maintenant, nous avons des clubs des droits de l'homme dans les écoles et nous préparons des programmes radio avec celles-ci », raconte Nilma Samrakool. Les étudiants des écoles locales viennent à la station pour produire les programmes. Ils interprètent des pièces de théâtre sur les droits de l'enfant et de la femme, et débattent de thèmes liés à la guerre au Sri Lanka.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Le projet comporte deux aspects. D'une part, il permet un accès direct à Internet, en particulier pour les jeunes, et, d'autre part, un accès indirect aux auditeurs de *Radio communautaire Kothmale* qui envoient leurs questions ou suggèrent des thèmes à la station pour que celle-ci les diffuse. Un groupe de volontaires, qui a été formé pour cela, fait des recherches sur Internet et parmi les cédéroms et réunit l'information sollicitée, qui est ensuite traduite dans les langues sinhala et tamoul. Chaque semaine, tous les programmes, sauf trois, sont diffusés en sinhala, car 70 % de la population est sinhala. Pour répondre aux besoins des communautés tamoules et musulmanes, la station a inclus une programmation hebdomadaire en tamoul depuis janvier 1999.

Les réponses aux questions du public sont diffusées à travers les différents programmes sur les droits de l'homme, sur les femmes, sur les enfants, sur la santé et sur les nouvelles internationales. Peu à peu les informations seront accessibles à d'autres stations communautaires et à d'autres citoyens grâce au site Web. De plus, la station a prévu de faire des émissions en ligne pour que sa programmation puisse être utilisée par d'autres radios communautaires du Sri Lanka.

Un avocat, qui prête ses services bénévolement comme animateur et prépare ses émissions pendant la semaine, réalise un programme

diffusé les vendredis soir, particulièrement apprécié par le public. On trouve notamment, parmi les thèmes abordés, des informations sur les pratiques et systèmes culturels de croyance dans d'autres pays, sur les leaders mondiaux et les mouvements sociaux, sur la legislation et ses changements, ainsi que sur les grands scientifiques dans l'histoire.

Le personnel de la station et les volontaires se rendent fréquemment dans les communautés pour réaliser des enregistrements sur le terrain et des émissions en direct. Cette communication directe est importante puisque de nombreux auditeurs résident dans des endroits très isolés. La station a réussi à jeter un pont sur la brèche de la communication, et ce, grâce à l'interaction avec les communautés au moyen d'émissions enregistrées ou en direct. La musique est un aspect essentiel de la culture du Sri Lanka ; des chansons traditionnelles sont diffusées tous les jours. La nuit, et également pendant les festivités de Poya, des prières bouddhistes sont retransmises.

Près de 50 lettres arrivent à la station chaque jour, voire plus en fin de semaine. Ces lettres comprennent des poèmes, des pièces de théâtre, des histoires, des chansons et des informations sur les événements locaux. Les membres du club des auditeurs de *Radio communautaire Kothmale* diffusent tous les jours des résumés des nouvelles.

OBSTACLES

Il semblerait que le projet d'origine de la *Radio communautaire Kothmale*, qui a commencé en 1989, soit resté en partie le même en ce sens qu'il continue d'aborder les problèmes de la population locale, tandis que la composante Internet, ajoutée en 1998, profite surtout à ceux qui disposent d'une ligne téléphonique pour appeler la station, ou ceux qui ont des connaissances suffisantes en anglais pour pouvoir naviguer seuls sur Internet.

Le fait que la Toile soit dominée par l'anglais constitue une barrière, bien qu'on ait embauché à *Radio communautaire Kothmale* des personnes bilingues de la communauté pour aider les producteurs de programmes. Des médecins, des avocats et des instituteurs sont impliqués dans le projet, et ce sont eux qui recherchent l'information sur Internet pour les auditeurs.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre a été rédigé avec les informations fournies par Tanya Notley, volontaire australienne qui travaille au sein du projet de *Radio communautaire Kothmale FM.*

Seneviratne, Kalinga. *Villages get wired on air.* Inter Press Service.

David, Anthony. « Radio Brings a Revolution in Communication ». In *UNESCO Sources*. Juillet – Août 1999.

Le site Web de *Radio Communautaire Kothmale FM*: http://www.kirana.lk

THÉATRE TRONO



FICHE TECHNIQUE

NOM :	Teatro Trono y Comunidad de Productores de Arte (COMPA)
PAYS :	Bolivie
OBJECTIFS :	Drogue, environnement, rapports homme / femme
LIEU :	Ville d'El Alto
BÉNÉFICIAIRES :	Enfants des rues, population sub-urbaine
PARTENAIRES :	Cinemateca Boliviana
FINANCEMENTS :	Caritas Hollande, Stichting Kinderpostzegels Nederland (SKN), Terre des Hommes, Ashoka
MÉDIAS :	Théâtre

ANECDOTES

Début 1991, lors d'une des réunions du Théâtre Trono*, un groupe d'enfants des rues parle d'un nouveau projet : « Personne ne va le financer ! »*

« Et combien ça coûterait ? »

« Bon… il faudrait une maison pour huit personnes, pour qu'on habite tous ensemble, et il faut aussi de la nourriture ! »

« On pourrait voler ! » dit el Ch'ila, un petit Aymara qui, du haut de ses 13 ans, paraît n'en avoir que 10, « et après on dépose l'argent à la banque ! »

Ses yeux brillent tandis que ses mains décrivent en détail un vol improbable, quelque part dans la ville de La Paz. Suit ensuite une longue liste d'idées folles et créatives qui peu à peu se transforment en ce qui sera plus tard COMPA, la Communauté des producteurs d'art, formée par des jeunes et des enfants des rues faisant partie du Teatro Trono.

Pourquoi le nom de « trono » ? Pour donner un nouveau sens, positif, au mot « tronar » (être ruiné), qui est le surnom donné par les jeunes au Centre de diagnostic et de thérapie pour garçons (CDTV), une institution du gouvernement pour la réhabilitation des enfants des rues. « Trono »

aura désormais une nouvelle signification : mettre les enfants sur le trône, comme des rois de l'imagination et de la fantaisie. C'est dans ce centre de réhabilitation qu'est né le Théâtre Trono *à Noël 1989.*

Avec tout l'effort personnel qu'ils investirent, il ne fut pas nécessaire de voler comme l'avait suggéré el Ch'ila des années auparavant. Le travail tenace du Théâtre Trono *pendant les années quatre-vingt-dix rendit possible la consolidation de COMPA, une organisation culturelle des enfants et jeunes des rues, qui inclut en plus du groupe d'art dramatique, un ciné-club, une bibliothèque, un kiosque à journaux, un groupe de marionnettistes et qui coordonne régulièrement des expositions itinérantes de photographies et d'art.* — Adapté du livre : « El mañana es hoy », d'Iván Nogales Bazan, Claudio Urey Miranda, Ángel Urey Miranda et Juan Santos Cornejo.

DESCRIPTION



Le *Théâtre Trono* est le fer de lance de COMPA, la Communauté des producteurs d'art. Tout a commencé en 1989, comme résultat d'une expérience de travail avec des enfants des rues : au début, le groupe travaillait dans le cadre d'une structure gouvernementale, mais très vite il gagna son indépendance et son autonomie pour continuer à développer des activités culturelles pour enfants et jeunes de la ville d'El Alto.

Presque tous les membres fondateurs du *Théâtre Trono* sont d'anciens enfants des rues. En relativement peu de temps, ils réussirent à construire COMPA et le *Théâtre Trono*, projets dans lesquels les enfants et les jeunes assument la responsabilité de gestion.

Avec le temps, le groupe a développé une organisation capable d'offrir à la population d'El Alto toute une gamme d'activités culturelles : théâtre, bibliothèque, films, expositions d'art. Quatre groupes de théâtre sont en activité, dont un groupe d'enfants qui s'est organisé dans un centre d'adoption.

Le *Théâtre Trono* possède un répertoire de 14 pièces, qui sont toutes des créations collectives. Des pièces comme « Vie de chien », « C'est la vie », « La légende de la feuille de coca », « D'ânes et de fleurs », « La tête dans le sac » ont été jouées non seulement pour le public des quartiers populaires d'El Alto, mais aussi dans des festivals et des événements culturels nationaux. Au niveau national, plus de 300 représentations furent données devant environ 90 000 personnes. De plus, dans les tournées internationales en Europe et Amérique du nord, le *Théâtre Trono* fit 170 représentations devant environ 25 000 personnes.

Les thèmes développés pendant les premières années avaient trait à la vie quotidienne des enfants des rues et leurs relations avec la communauté et les institutions locales. « Vie de chien » montrait crûment la vie misérable des enfants des rues. Une autre pièce, « El Meón » ridiculisait la bureaucratie des institutions gouvernementales qui s'occupent des enfants des rues.

Peu à peu, l'intérêt du groupe s'est étendu à d'autres thèmes importants qui n'avaient pas été suffisamment débattus dans les zones urbaines marginales d'El Alto, comme par exemple : les droits de l'enfant, l'identité nationale, le trafique de drogues, la conscience sur l'environnement, l'égalité des sexes, le leadership, etc. Le théâtre, mais aussi la danse, la vidéo, les marionnettes permettent d'aborder ces thèmes. S'il est vrai que cette évolution a été incitée par les bailleurs de fonds, il est aussi vrai que le *Théâtre Trono* a lui-même vu la nécessité d'évoluer vers une perspective plus large de son pays et du monde.

Actuellement, presque tout le travail que réalise le *Théâtre Trono* porte sur la prévention. L'expérience des fondateurs du groupe les a amenés à travailler avec des enfants et des jeunes avant que ceux-ci ne se lancent dans les rues, appuyant ainsi l'initiative d'autres organisations sociales qui aspirent à renforcer les liens familiaux et à promouvoir les droits de l'enfant.

Il n'a pas été facile d'obtenir des financements pour les activités du *Théâtre Trono* ; pendant les premières années, le groupe donnait les représentations dans les rues et faisait la quête pour couvrir les besoins élémentaires. Ashoka et d'autres organisations fournirent des fonds et récemment, un soutien de Caritas Hollande pendant trois ans a permis de créer une certaine stabilité.

Le défi qui s'annonce au *Théâtre Trono* est de demeurer un groupe indépendant, d'éviter le processus de bureaucratisation et de continuer à fonctionner dans une logique d'autogestion et de prise de décisions collective.

ORIGINES ET CONTEXTE

El Alto est la ville la plus pauvre de Bolivie. Il y a à peine vingt ans, c'était un prolongement du siège du gouvernement, La Paz, jusqu'à ce qu'elle devienne un énorme quartier pour les couches à très faibles revenus et obtienne le statut de ville. Elle continua de grandir jusqu'à devenir la seconde ville du pays, et sa population pourrait rattraper celle de La Paz d'ici peu. La majorité des 700 000 habitants d'El Alto vit dans la marginalité, avec très peu de moyens ; les services de santé et d'éducation sont précaires et le développement culturel est loin de constituer une priorité.

En particulier, les enfants d'El Alto vivent une situation très difficile. En raison du chômage et des migrations, il y a plus de sept mille enfants des rues dans les quatre principales villes de Bolivie, parmi lesquelles El Alto. Les centres de réhabilitation et les centres d'accueil du gouvernement sont insuffisants. 25 % des enfants qui rentrent dans ces institutions sont maintenus en détention pour vol,

11 % pour vagabondage et 18 % pour mauvaise conduite. Les enfants et les jeunes d'El Alto n'ont pas d'alternatives pour se distraire, ce qui en fait des proies faciles à l'alcoolisme, aux drogues et à la promiscuité sexuelle.

Plus que dans n'importe quelle ville de Bolivie, les enfants et les jeunes d'El Alto souffrent du manque d'alternatives éducatives et culturelles. Quelques groupes et des ONG luttent pour créer ces options et offrir aux adolescents la possibilité de s'impliquer dans des activités artistiques comme la poésie, la sculpture, la peinture, la musique, la danse, la photographie et la production de vidéo. COMPA et le *Théâtre Trono* sont des exemples importants de ces alternatives.

IMPACT SOCIAL

Ceux qui ont participé depuis le début à l'expérience du *Théâtre Trono* ont vu leur vie changer : ils ne vivent plus dans les rues. « Ils sont passés de la scène de la rue à la scène du théâtre, et celui-ci est devenu le moyen de devenir des protagonistes sur la scène de la vraie vie », affirme Ivan Nogales. Il ajoute : « Nous encourageons la propension des enfants et des jeunes à diriger et à jouer le premier rôle dans une perspective de recherche de nouveaux leaders pour le futur. Il y a un vide de leadership parmi les enfants et les jeunes de ce pays, nous voulons changer cette situation par le théâtre ».

L'influence de COMPA et du *Théâtre Trono* s'est étendue à d'autres zones de la ville d'El Alto, et à d'autres villes de Bolivie. Les adolescents des deux sexes ont désormais accès aux activités alternatives et d'éducation informelle qui contribuent à renforcer leur amour-propre, leur identité culturelle et leur identité sexuelle, leur permettant ainsi de s'organiser en nouveaux groupes de théâtre qui génèrent leurs propres ressources et participent efficacement à la dynamique locale du quartier.

Le *Théâtre Trono* a donné les moyens d'une vie décente à beaucoup d'enfants et de jeunes qui, autrement, n'auraient pas eu d'opportunités à El Alto. Le *Théâtre Trono* a assis les bases de COMPA qui, au fil des ans, a développé un processus novateur impliquant la communication, l'éducation et la culture, processus profondément enraciné dans les zones socialement marginalisées d'El Alto.

Les représentations du *Théâtre Trono* ont touché plus de 80 000 enfants d'El Alto et de La Paz, avec des messages sur les thèmes de l'environnement, et 15 000 avec des messages sur les réformes de l'éducation. Les pièces sur l'amour-propre, les rapports homme/femme, l'identité culturelle et le leadership des jeunes ont eu un impact sur les enfants et ont poussé certains groupes à s'organiser autour d'activités culturelles. De nombreux enfants et adolescents ont été sauvés de la drogue et d'une situation marginale, et sont maintenant intégrés dans des activités culturelles positives.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Toute la méthodologie du *Théâtre Trono* s'appuie sur le travail collectif et la participation active de ses membres. Bien que la croissance individuelle de chaque participant soit importante, l'objectif principal est le renforcement collectif. Le groupe s'implique dans toutes les étapes de développement des initiatives, que ce soit dans le processus de création d'une nouvelle œuvre ou dans la gestion des ressources. Dans chaque instance une décision collective est nécessaire pour poursuivre.

La formation compte cinq étapes qui cherchent à réveiller le talent créatif et le sens critique des enfants et des adolescents, grâce à diverses techniques dramatiques.

Le processus de création d'une nouvelle œuvre inclut une étape de recherche dans le milieu communautaire et la définition de personnages basés sur des personnes réelles, les *héros* communautaires auxquels le public peut s'identifier facilement. Ceux-ci sont montrés comme des personnages décidés et avec une grande volonté, disposés à lutter pour leur communauté et à affronter les autorités du gouvernement.

OBSTACLES

L'absence totale de sources de financement extérieures pendant les premières années rendit la situation du *Théâtre Trono* fragile. Le groupe dut générer des ressources propres avec des représentations dans la rue, ce qui avait ses limites.

Cette situation eut un impact surtout sur les acteurs les plus jeunes, récemment intégrés qui, pour la plupart, étaient des adolescents des rues sans contact avec leur famille d'origine, déjà habitués à vivre la « culture des rues » prédominante à El Alto. De plus, ils étaient émotionnellement peu stables et les problèmes personnels affectaient sérieusement leur participation aux activités du *Théâtre Trono.*

Paradoxalement, le fait de disposer désormais de ressources extérieures plus importantes a aussi eu un impact sur la nature même du travail du *Théâtre Trono* et de COMPA. Le financement extérieur vient toujours avec des conditions et des contraintes, par exemple l'obligation pour le *Théâtre Trono* de devenir une organisation légalement enregistrée, une institution reconnue par la loi, équipée d'une hiérarchie administrative et de procédures comptables. D'une certaine manière, ceci a mené le *Théâtre Trono* à abandonner peu à peu le travail dans la rue et à concentrer ses efforts sur d'autres publics, dont le public international. Très vite, le *Théâtre Trono* a pu se convertir en une respectable compagnie de théâtre, mais il court dès lors le risque de se couper de ses racines. Certains thèmes imposés par les bailleurs de fonds, comme l'environnement et l'identité sexuelle sont devenus l'essentiel du répertoire du *Théâtre Trono.*

RÉFÉRENCES

L'information de ce chapitre a été fournie par Iván Nogales grâce à des échanges par courrier électronique.

Dans le livre *El mañana es hoy*, Iván Nogales Bazan, Claudio Urey Miranda, Ángel Urey Miranda, et Juan Santos Cornejo racontent leur expérience comme fondateurs du *Théâtre Trono*. Editorial Plural, La Paz 1998.

Gurtner, Stefan. *Pata chueca*. La Paz, Editorial Los Amigos del libro, 1998.

Sanjinés, Iván. *La Hoja Sagrada*. [Documentaire vidéo qui illustre le travail du *théâtre Trono*] Bolivie : 1993, 17 minutes.

Le site Web du *Théâtre Trono* : http://www.compatrono.tripod.com

WAN SMOLBAG



FICHE TECHNIQUE

NOM :	The Wan Smolbag Theatre for Development
PAYS :	Vanuatu
OBJECTIFS :	Santé, SIDA, environnement, gouvernance
LIEU :	Vanuatu, Iles Salomon
BÉNÉFICIAIRES :	Population mélanésienne
FINANCEMENTS :	Department for International Development (DFID), Fonds des Nations Unies pour la population (FNUAP), Bureau des Nations Unies pour les services d'appui aux projets (UNOPS), New Zealand Overseas Development Agency (NZODA), Oxfam, Australian Agency for International Development (AusAID), Foundation for the South Pacific (FSP), Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), Save the Children
MÉDIAS :	Théâtre, vidéo, cassettes audio

ANECDOTES

Un autre jour pluvieux dans la maison de Wan Smolbag*, à Vila. Ce devrait être la saison sèche, mais c'est comme si le soleil n'avait pas brillé pendant plusieurs semaines ! La pluie oblige tout le monde à rester à l'intérieur du bâtiment et rend l'espace plus réduit. Dix acteurs de Tagabe qui travaillent à mi-temps et onze acteurs de l'équipe permanente de* Wan Smolbag *sont réunis pour travailler sur le feuilleton radio « La famille de Sarah », vingt épisodes sur les thèmes de la santé reproductive, produits avec l'appui financier d'Oxfam Nouvelle-Zélande. Les acteurs les plus jeunes, embauchés à mi-temps, sont assis tout autour et révisent leurs textes, et de temps à autre disparaissent dans le studio d'enregistrement juste derrière.*

La maison est pleine, deux autres groupes associés à Wan Smolbag *répètent avant de partir en tournée dans les îles.* Wan Smolbag Kids *ira sur l'île de Santo pour présenter dans des écoles et des communautés les pièces sur les droits de l'enfant et la santé reproductive. Le Théâtre Health*

Force (Théâtre Force de santé), constitué d'acteurs plus âgés du village de Blacksands, se prépare aussi à partir en tournée vers Tonga. Pour la dernière fois, ils répètent « Louisa's Choice » (Le choix de Louisa), une pièce sur la violence domestique. La pièce s'achève sur la phrase : « C'est mal de frapper son épouse » et les acteurs montrent trois cartons sur lesquels on peut lire « Je suis d'accord », « Je ne suis pas d'accord » et « Je ne sais pas ». Le public devra choisir une réponse et à partir de là, la discussion peut se prolonger plusieurs heures. Un des acteurs qui était sorti pour confirmer l'heure du vol revient dégoûté : l'avion ne pourra pas atterrir à Tonga parce que l'herbe a trop poussé sur la piste. Ils devront attendre plusieurs jours jusqu'à ce que quelqu'un la coupe.

Dans l'après-midi, un autobus s'approche avec un groupe de femmes qui, pour échapper à la pluie, se précipitent vers la porte du « Youth Drop in Centre » (Centre de réception des jeunes), à l'arrière du bâtiment. Ces femmes viennent de communautés proches pour y recevoir une orientation sur le planning familial et la santé reproductive. Comme l'enregistrement du feuilleton radio a terminé tôt, un groupe d'acteurs est disponible pour interpréter de courtes pièces devant les femmes. Ces pièces sont comme des schémas biologiques grandeur nature qui montrent comment les maladies sexuellement transmissibles se propagent à l'intérieur du corps humain. À la fin de la représentation, les femmes posent toutes sortes des questions aux infirmières, de « Comment on fait les jumeaux ? » jusqu'à « Pourquoi les hommes avec des maladies vénériennes urinent-ils avec difficulté ? ». Les infirmières sont soulagées quand vient l'heure du thé et qu'elles peuvent distribuer fruits et sandwiches ! — Écrit par Jo Dorras, de *Wan Smolbag.*

DESCRIPTION

En 1989, quinze acteurs créèrent à Vanuatu une ONG pour travailler dans les communautés sur des thèmes de société et d'environnement. Le groupe prit le nom de *Wan Smolbag* (en bislama, la langue de Vanuatu) parce qu'ils voulaient démontrer que le théâtre peut aller partout. Avec un « petit sac » (*« one small bag »*, en anglais) pour le transport de quelques costumes, le groupe était prêt à monter des pièces de théâtre sur la santé et l'environnement et à voyager dans les villages les plus reculés des îles du Pacifique.

Wan Smolbag a écrit et dirigé une grande quantité d'œuvres, de courtes mises en scène, et des stages de théâtre participatifs sur l'environnement, la santé, les droits de l'homme et les droits sociaux. La troupe a monté des œuvres à contenu scientifique et animé des œuvres dramatiques avec des messages et des informations qui impliquent la participation du public. Son activité s'étend sur Vanuatu et d'autres îles du Pacifique, utilisant les œuvres et les stages de formation comme moyen de disséminer l'information et de stimuler le débat au niveau communautaire. Le plus important dans le travail de *Wan Smolbag*, ce sont les œuvres dramatiques de 20 à 50 minutes sur des thèmes de l'environnement, de la santé, de la gouvernance et de la population. Les représentations dans des villages reculés permettent au groupe de rester la nuit et de discuter en détail chaque thème après la représentation.

Le Département pour le développement international (DFID) de la Grande-Bretagne, a été le principal soutien de *Wan Smolbag* pendant six ans. Le groupe jouit d'une bonne réputation dans le secteur de l'éducation informelle dans la région du Pacifique. Durant les quatre ou cinq dernières années, il a concentré son travail sur les couches les plus défavorisées de la société à Port Vila et dans les îles de Vanuatu. La plupart des thèmes qui intéressent les gens ont trait à la gouvernance : manque de services de base, ignorance sur leurs droits, maltraitance dans les écoles et dans les commissariats de police, violence domestique et femmes dépouillées du pouvoir de prise de décision.

Depuis 1989, *Wan Smolbag* travaille dans le domaine de l'éducation sanitaire. Nombreux sont les thèmes qui ont été couverts depuis lors, mais l'accent a toujours été mis sur la santé reproductive, notamment les problèmes de grossesse adolescente, la mortalité maternelle, les maladies sexuellement transmissibles ainsi que la séropositivité et le SIDA. Les pièces sont souvent adaptées à des groupes d'âge définis, et certaines pièces sont conçues pour des publics urbains ou ruraux. Jusqu'à présent, près de 50 œuvres ont été produites.

La première incursion de *Wan Smolbag* dans le thème de la gouvernance eut lieu en 1993, quand l'UNICEF recruta le groupe pour produire et représenter une œuvre sur les Droits de l'enfant devant la Commission du Pacifique sud, afin de provoquer une discussion sur la Convention sur les droits de l'enfant et d'en obtenir la ratification par les pays membres.

Bien que le théâtre en direct soit le moyen le plus efficace pour transmettre les messages, d'autres moyens sont parfois nécessaires. En plus des représentations, *Wan Smolbag* produit des livres, des programmes radio et des vidéos, utilisant des acteurs et des marionnettes pour toucher un segment plus large de la population. Parmi les productions vidéo on trouve :

« George et Sheila », sur le rôle des hommes et des femmes dans la société mélanésienne ; « L'Étoile du Pacifique », une comédie musicale qui aborde les problèmes de développement ; « Les choses dont nous ne parlons pas » (1996), un film sur les handicapés ; « Politique, corruption et vote », sur la corruption des hommes politiques ; « Sur le récif » (1995), une comédie musicale amusante et poignante qui traite des menaces sur l'environnement marin ; « Le chemin Kasis » (1996), sur le planning familial ; « Cela n'arriverait jamais ici » (1998), sur le virus de la dengue et les moustiques qui le transmettent ; « Wan Presen Blong Niufala Bebe » (1998) raconte l'histoire de la malaria à travers le jeu des acteurs et des marionnettes ; « Vot Long Pati la ! » (1999) est la nouvelle vidéo de *Wan Smolbag* sur les thèmes de gouvernance.

ORIGINES ET CONTEXTE

Le théâtre est un moyen particulièrement apprécié en raison du nombre de langues parlées dans les Iles mélanésiennes. Vanuatu compte plus de 90 langues, les Iles Salomon plus de 100 et la Papouasie Nouvelle Guinée plus de 800.

Cependant, le bislama, qui a commencé comme un mode rapide de communication entre les monolingues anglais et les multilingues mélanésiens, continue d'être un vecteur de communication important à Vanuatu. Le gros de la programmation radio, moyen de communication le plus démocratique du pays, se fait en bislama.

Le théâtre *Wan Smolbag* a commencé sur une initiative de Jo Dorras et de Peter Walker par le thème de l'éducation à la santé, avec l'appui du Département de santé de Vanuatu. L'aide de Community Aid Abroad (Aide communautaire à l'étranger) et de British Aid (Aide britannique) a permis de commencer avec des messages sur la santé, et, plus tard, de s'étendre en dehors de Vanuatu avec un programme régional.

IMPACT SOCIAL

Wan Smolbag suivit une évolution intéressante grâce à son activité théâtrale et aux relations solides qu'il noua avec certaines communautés.

En 1995, une série de stages de formation pour enfants non scolarisés conduisit à la création de *Wan Smolbag Kids* (*Enfants de Wan Smolbag*). Les membres de ce groupe ont entre 11 et 16 ans. Le groupe présente des œuvres pour les élèves de primaire sur l'hygiène dentaire, sur la fièvre de la dengue et sur la physiologie du corps humain. Un noyau de neuf enfants est rattaché de façon semi-permanente au théâtre *Wan Smolbag* et apparaît dans les vidéos et les pièces.

En 1997, *Wan Smolbag* a passé six mois à travailler en étroite collaboration avec les communautés de Blacksands et de Tagabe. Une des pièces destinée à renforcer les liens avec les personnes âgées est à l'origine du Projet communautaire Blacksands. Parmi les participants, la plus âgée avait la soixantaine, le plus jeune en avait à peine dix.

Les œuvres sur la santé reproductive que *Wan Smolbag* a développées tout au long des dix dernières années visent des publics variés dont la réaction a toujours été enthousiaste. Cependant, une question reste en suspens : que se passera-t-il si les gens acquièrent toutes les connaissances nécessaires et surmontent leur honte, alors que les cliniques locales ont l'ordre de ne pas fournir de méthodes contraceptives à ceux qui ne sont pas mariés ? Que se passera-t-il si les services restent trop éloignés des gens ? C'est pour cela qu'en février 1999 fut créé, avec les financements du DFID, de l'Agence néo-zélandaise de développement outremer (*New Zealand Overseas Development Agency*, NZODA), de l'Agence australienne de développement international (*Australian Agency for International Development*, AusAid), du SPC et du Fonds des Nations Unies pour la population (FNUAP), le *Kam Pussem Hed* (Centre de réception des jeunes), un centre de consultation sur la santé sexuelle et reproductive.

Une autre retombée du travail théâtral est le *Turtle Monitor* (Gardien de tortues), un groupe de membres de la communauté engagé dans une campagne de protection des tortues marines. Ce groupe surveille les plages où les tortues viennent déposer leurs œufs et informe la population sur la conservation des tortues. Cette activité a obtenu que les communautés interdisent la consommation de la viande et des œufs de tortue. Cette initiative, qui a commencé comme un réseau de gardiens de tortues dans l'île d'Efate, s'est étendu à cinq autres îles.

La commission électorale de Vanuatu voulait informer la population sur ses droits électoraux à l'occasion des élections de 1998. *Wan Smolbag* monta une pièce et forma des acteurs de différentes îles ; sept groupes de cinq acteurs furent envoyés en tournée et présentèrent la pièce dans approximativement 90 % des villages de Vanuatu. Il s'agissait d'une pièce courte, qui laissait du temps pour la discussion. Beaucoup de personnes affirmèrent qu'auparavant, elles avaient décidé de ne pas voter mais qu'après avoir vu la pièce, elles comprenaient l'importance du vote.

MÉDIAS ET MÉTHODES

« Nous sommes un, mais nous jouons comme plusieurs. Nous sommes plusieurs mais nous jouons comme un seul homme ».

À Vanuatu, ils sont nombreux ceux qui ne savent ni lire ni écrire, nombreux ceux qui n'allèrent à l'école qu'un an ou deux. Ces personnes ont besoin d'informations mais ne peuvent les obtenir dans les livres et la radio ne couvre pas toute la population, car tous n'ont pas de postes de radio et s'ils en ont un, ils n'ont pas toujours les moyens d'acheter des piles. Les gens des villages disent que le théâtre permet de voir les choses clairement et d'entendre les messages.

Le modèle de théâtre populaire développé par *Wan Smolbag* permet à la population des communautés d'aborder les thèmes de l'environnement, de la gouvernance et les problèmes de santé reproductive. Les pièces de théâtre montrent la transmission par les relations sexuelles de maladies comme la blennorragie. *Wan Smolbag* a conçu des *schémas biologiques grandeur nature* où les acteurs se déguisent par exemple en ovules et en spermatozoïdes. Les pièces sont composées de séquences très brèves, parfois de seulement 30 secondes. Après la représentation, le public est invité à résumer ce qu'il vient de voir et à répondre à quelques questions. Les représentations peuvent être interrompues à n'importe quel moment pour que les acteurs puissent provoquer une discussion dans le public. Dans l'une de ces

pièces, les acteurs s'arrêtent pour demander au public ce qui va se passer ensuite. Selon les questions, ce processus peut durer jusqu'à une heure.

À Port Vila, *Wan Smolbag* emploie deux infirmières à temps complet pour appuyer ses activités. La consultation de santé reproductive est intégrée aux installations du groupe théâtral, et elle propose des vidéos et d'autres matériels d'éducation à la santé.

Lors des stages de formation, les participants, entre 11 et 70 ans, interviennent dans des jeux de rôles, s'expriment à travers des drames sociaux et racontent leurs histoires qui constituent la base des œuvres qu'ils présentent.

OBSTACLES

L'obstacle majeur auquel est confronté *Wan Smolbag* est lié aux thèmes de santé reproductive : la troupe fournit des informations sur les maladies sexuellement transmissibles mais l'impact du théâtre peut être nul si les professionnels de la santé refusent de fournir des préservatifs aux jeunes. Les traditions peuvent aussi constituer un obstacle, de même que l'influence de certains groupes religieux.

Un des plus grands défis consiste à maintenir la fraîcheur et la nouveauté du travail et d'éviter que les œuvres ne se répètent trop longtemps. *Wan Smolbag* a développé des façons novatrices de transmettre des messages similaires à travers des pièces différentes. Les styles dramatiques changent pour que les messages paraissent nouveaux. Le groupe évalue constamment l'impact de ses activités, tentant d'améliorer aussi bien les jeux d'acteur que les contenus.

Enfin, l'autre défi est de trouver le financement nécessaire pour maintenir les activités de *Wan Smolbag*. C'est une grande responsabilité que d'être une institution qui emploie de nombreux jeunes dans un pays où le taux de chômage est de 70 %. « Ça a marché jusqu'à présent mais certains bailleurs de fonds préfèrent soutenir de grandes organisations plutôt que des groupes d'action communautaire, ce qui peut rendre notre avenir incertain et nous faire monter le sang à la tête », explique Jo Darras.

RÉFÉRENCES

Échanges de courriers électroniques avec Jo Darras et Peter Walker, fondateurs de *Wan Smolbag*.

Le site Web de *Wan Smolbag* : http://www.tellusconsultants.com/wansmolbag/

LA VOIX DE LA COMMUNAUTÉ



Guatemala

FICHE TECHNIQUE

NOM : La Voz de la Comunidad

PAYS : Guatemala

OBJECTIFS : Organisation communautaire

LIEU : San José Buenavista, Ville de Guatemala

BÉNÉFICIAIRES : 25 000 habitants de San José Buenavista, Santa Luisa el Milagro et La Trinidad.

PARTENAIRES : Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC), Proyecto de Desarrollo Santiago (PRODESA), Croix Rouge

FINANCEMENTS : Asociación Salud para el Pueblo (ASEP), World Association of Christian Communication (WACC), Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER), Coopération Espagnole

MÉDIAS : Radio

ANECDOTES

Le ravin dans lequel est située la colonie San José Buena Vista se trouve à tout juste mille mètres à l'ouest de la place principale de la Ville de Guatemala. Cette petite distance sépare deux mondes : sur la place principale sont érigés comme symboles du pouvoir la cathédrale et le Palais Présidentiel (aujourd'hui Palais de la Culture) tandis qu'au-dessus du ravin sont suspendus, presque dans les airs, les quartiers les plus pauvres de la capitale. Entre les deux se trouve « El Gallito », le quartier redouté où même la police n'ose se risquer. L'endroit est contrôlé par des trafiquants de drogue et des bandes de jeunes.

Du haut du ravin, on distingue une cascade de toits en tôle, des centaines de petites maisons construites les unes au-dessus des autres, comme un fragile château de cartes. Les voitures arrivent seulement

jusqu'à la crête du ravin ; on doit faire le reste du chemin à pied par un sentier escarpé qui descend jusqu'au fleuve La Barranca. Des femmes et des hommes grimpent péniblement, chargés de caisses et de leurs possessions.

Une femme frappe au mur d'une maison de deux étages ; trois mètres plus haut s'ouvre une petite fenêtre : « *Qu'est-ce que vous voulez ?* » demande Don Juan Guzman, propriétaire de la boutique « *La Canasta* » (*Le panier*) en passant la tête par la fenêtre. « *Un savon et des piles pour la radio* », répond la femme tout en déposant un billet de 20 quetzales dans le panier. Le panier s'élève dans les airs, attaché à une corde et descend peu après avec la commande.

Près de là se trouve *La Voz de la Comunidad*. La couleur vert clair de ses murs fait briller la construction comme une émeraude au milieu de toutes les maisons de ciment. Reynaldo Gálvez, le directeur de la radio, présente deux jeunes animateurs et Manuel « Meme » Alvarez Castro, un des membres fondateurs. Meme est la mémoire vivante de la radio, il se souvient des moments difficiles vécus par les habitants du ravin et la façon dont *La Voix de la communauté* offrit son aide.

« Il y a une semaine, cinq enfants se sont noyés dans le fleuve et leurs corps ont réapparus 14 kilomètres plus bas. La radio a participé aux recherches toute la nuit, donnant des consignes pour mobiliser la communauté, mais il était déjà trop tard », raconte Meme. Reynaldo ajoute : « Quand l'ouragan Mitch nous a frappé, nous avons sauvé beaucoup de vies parce que nous avons averti les gens à temps pour qu'ils sortent de chez eux et courent vers les refuges. Plusieurs maisons se sont effondrées, en entraînant d'autres dans leur chute vers le fleuve ».

DESCRIPTION



La Voz de la Comunidad (*La Voix de la communauté*) est née le 19 août 1990 avec un simple système de six haut-parleurs, un petit amplificateur et deux tourne-disques. Certains commencèrent à l'appeler « La voix du ravin » du fait de son emplacement sur les rives du fleuve La Barranca qui traverse un quartier central de la capitale du Guatemala. L'expérience commença avec l'appui technique de l'Association santé pour le peuple (*Asociación Salud para el Pueblo*, ASEP) et des financements de l'Association mondiale de communicateurs chrétiens (*World Association of Christian Communicators*, WACC) et de PRODESA, une institution religieuse du Guatemala.

Pendant neuf ans, le projet se développa au sein de la communauté de San José Buena Vista, mais, en novembre 1999, il se transforma en station FM, élargissant sa couverture à deux autres quartiers du ravin : Santa Luisa el Milagro et La Trinidad.

La Voix de la communauté émet sur la fréquence 108 FM. Selon la législation des radio-diffusions au Guatemala, *La Voix de la communauté* est une radio « illégale » ou « pirate ». Elle a maintenu un profil bas pour éviter les sanctions et, paradoxalement, c'est la seule radio FM qui ait décidé de limiter volontairement sa couverture en plaçant l'antenne au point le plus bas de sa topographie, au lieu de chercher l'endroit le plus haut. Bien qu'elle possède un émetteur de 20 watts, elle utilise seulement 8 watts de puissance.

La programmation de *La Voix de la communauté* commence tous les jours à 5h30 du matin et finit le soir à 22h00. La plus grande partie est composée de musique, à l'exception d'un programme pour enfants (« Patojitos ») et un pour les jeunes (« Entre copains »).

Avant que ne commencent les émissions en FM, la programmation était plus variée, elle incluait des segments comme « Nouvelles du quartier », « Éditorial », « La famille : le meilleur rempart contre les drogues », « Apprenons entre enfants », « Parlons-en » (entretiens). Tous ces programmes étaient produits localement. D'autres programmes pré-enregistrés de la Croix Rouge Internationale sur les droits de l'homme, et de l'ALER et l'Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC) étaient également diffusés.

À l'heure actuelle, quelques mois après le début des émissions FM, la radio s'est concentrée sur les aspects organisationnels et de formation technique. « Nous sommes dans un processus d'accumulation des forces », explique Reynaldo Gálvez, qui refuse le titre de directeur. « Moi, je fais seulement un accompagnement des activités décidées par la communauté », ajoute-t-il. Il est prévu, dans un futur proche, d'établir de nouveaux programmes avec un contenu éducatif et culturel, réalisés avec plus de professionnalisme.

Le nouveau profil de *La Voix de la communauté* met l'accent sur les aspects participatifs : « C'est une radio qui prône l'organisation communautaire comme une alternative de développement pour la communauté. Une radio où les microphones sont toujours ouverts à tous, spécialement aux plus pauvres. Une radio qui procure et encourage la formation de nouveaux communicateurs communautaires ».

La radio se propose de répondre par sa programmation aux besoins de la communauté dans des domaines comme l'éducation et la démocratie : « Une radio qui renforce la conscience communautaire et l'identité nationale » ; « Une radio qui transmet des connaissances nouvelles aux gens et qui les aide à vivre mieux » ; « Un instrument pour garantir le droit humain à la libre expression » ; « Une radio qui oriente et prône une plus grande participation politique de la société civile ». Telles sont quelques citations du programme « Profile, Plan 2000 ».

ORIGINES ET CONTEXTE

Dans la capitale du Guatemala coexistent l'extrême richesse et l'extrême pauvreté, séparées d'à peine quelques mètres. La topographie de la ville y contribue : les plus riches vivent dans les zones plates sur les hauteurs, tandis que les plus pauvres s'entassent dans des regroupements sur les pentes de ravins et les rives du fleuve, sans électricité, ni eau potable, ni téléphone.

Pas moins de cinq mille familles pauvres vivent à San José Buenavista, Santa Luisa el Milagro et La Trinidad, sur les versants d'un ravin sous le pont d'El Incienso, près du centre historique de la capitale. Sur la partie haute du ravin se trouve *El Gallito*, un quartier de rues étroites plus connu pour ses actes de violence liés au trafic de drogues que pour les gens honnêtes qui y habitent encore. Les habitants de San José Buenavista sont des ouvriers du bâtiment, des femmes de ménage et des mécaniciens qui, ne pouvant rien s'offrir de mieux, vivent dans des maisons improvisées sur des lopins de terre meuble proches du cimetière général.

Dans cette zone travaille depuis 1987 l'ASEP, une ONG locale qui tente d'améliorer les conditions de vie des habitants, par des programmes de santé, d'éducation, d'organisation communautaire et de communication.

En 1989, l'ASEP réalisa un diagnostic socio-économique de la zone qui démontra, entre autres, la nécessité d'y faire un travail de communication. Une expérience antérieure avait montré l'efficacité de l'utilisation de haut-parleurs installés dans le Centre social, ce qui conduisit à créer *La Voix de la communauté* comme moyen permanent de communication communautaire. Six haut-parleurs furent installés aux endroits stratégiques de la communauté.

IMPACT SOCIAL

La Voix de la communauté a transformé la vie communautaire dans les trois quartiers du ravin. Cela n'est peut-être pas facile à percevoir à première vue, étant donné la programmation essentiellement musicale de la radio. Cependant, cet instrument de communication a contribué au cours des ans à créer un sentiment d'unité et de communauté entre les habitants.

Sa fonction a été fondamentale, par exemple, dans le processus qui a mené à l'installation de l'eau potable dans les quartiers du ravin. C'est grâce aux haut-parleurs de *La Voix de la communauté* que la population se mobilisa. Les groupes de travail volontaires étaient coordonnés depuis la radio, les listes de noms y étaient établies et on y appelait les groupes à participer aux diverses tâches.

Dans les moments de crise, la radio a assumé des responsabilités de coordination et d'organisation énormes en dépit de ses maigres ressources. Quand, en octobre 1998, l'ouragan Mitch balaya plusieurs pays d'Amérique centrale, les pluies intenses frappèrent particulièrement les quartiers situés dans le ravin, provoquant des glissements de terrain et des effondrements de maisons qui en entraînèrent d'autres dans leur chute. La mobilisation à travers la radio prévint des pertes humaines plus importantes. Dans d'autres quartiers où il n'existe pas de moyen de communication local, il y eut plus de victimes, dans la mesure où les habitants n'avaient pas les moyens nécessaires pour s'organiser et répondre à l'urgence.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Depuis ses débuts, *La Voix de la communauté* a fait le choix de la participation locale pour le développement de ses activités. Les décisions sur la programmation se prennent collectivement dans un groupe de 17 jeunes du quartier, « membres du groupe de communicateurs », lors de réunions qui ont lieu tous les jeudis.

Certaines institutions comme l'ASEP et la Fédération guatémaltèque des écoles radiophoniques (*Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas*, FGER) accompagnent ce processus sans pour autant intervenir directement dans les décisions. La FGER a inclus *La Voix de la communauté* dans son réseau de radios communautaires qui regroupe 12 radios du Guatemala et propose régulièrement des stages de formation.

La Voix de la communauté est l'une des radios intégrées dans le Projet de réajustement de la FGER qui s'étendra sur cinq ans. Le plan, mis en exécution graduellement, comprend le renforcement de petites stations communautaires dans cinq domaines : la formation, la gestion, la recherche, la programmation et le renouvellement technologique.

OBSTACLES

La Voix de la communauté est une des soixante radios communautaires considérées « illégales » par le gouvernement du Guatemala. La concentration des fréquences radio et de la télévision entre les mains de quelques personnes, et la connivence entre les autorités et les chefs d'entreprises privées pour accaparer les fréquences ont débouché, fin 1999, sur une loi qui alloue les fréquences au plus offrant. Les radios communautaires sont ainsi dépouillées des fréquences qu'elles utilisaient, ne pouvant se permettre de payer des sommes allant de 20 000 à 50 000 dollars américains.

La Voix de la communauté travaille ainsi presque clandestinement. Elle constitue le cas unique d'une radio située dans les hauteurs mais qui a choisi de placer son antenne au fond d'un ravin pour éviter ainsi l'intervention du gouvernement pour cause d'interférence avec d'autres radios commerciales. *La Voix de la communauté* a restreint volontairement sa portée pour couvrir seulement les cinq mille

familles qui vivent dans les trois quartiers du ravin. Seule l'obtention d'une fréquence propre pourrait changer cette situation.

La précarité de son existence légale fut un des facteurs qui empêcha le développement d'une plus grande participation communautaire et qui montra les limites d'un travail avec du personnel volontaire. À certains moments, seulement trois personnes maintenaient la continuité de l'expérience. À cela s'ajoutèrent les problèmes techniques qui, en diverses occasions, obligèrent la suspension des émissions deux à trois semaines de suite. L'alimentation en électricité dans la zone est très déficiente, ce qui a des conséquences sur la fragilité des équipements.

La programmation s'appauvrit à partir du moment où commencèrent les émissions en FM à la fin de l'année 1999. Les programmes à contenu social et culturel furent supprimés mais il est prévu de les reprendre avec une meilleure qualité technique.

RÉFÉRENCES

L'information de ce chapitre a été obtenue au cours d'une visite à *La Voz de la Comunidad* en août 2000, et sur la base de conversations avec Manuel Alvarez Castro (fondateur) et Reynaldo Gálvez (directeur).

Documents de *La Voz de la Comunidad* : Profile, Plan 2000 y Programación Piloto.

LABOR NEWS PRODUCTION



FICHE TECHNIQUE

NOM :	Labor News Production (LNP)
PAYS :	Corée (du Sud)
OBJECTIFS :	Mouvement ouvrier, médias démocratiques
LIEU :	Séoul
BÉNÉFICIAIRES :	Ouvriers
PARTENAIRES :	Korean Confederation of Trade Unions (KCTU), JinboNet, Korean LaborNet, Nodong Net, Videazimut
FINANCEMENTS :	Labor News Production, Crocevia (Italie)
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

J'ai rencontré une fois dans un restaurant un ouvrier activiste. Pendant la conversation, les gens qui étaient assis avec nous lui demandèrent d'où il tirait la force pour continuer à lutter malgré les risques que représentait pour lui le fait d'être un ouvrier activiste en Corée. Brièvement, il a répondu que s'il n'avait pas vu deux ans auparavant une vidéo de Labor News, il n'aurait jamais pu surmonter les difficultés auxquelles il était confronté à ce moment-là. « Ca m'a donné une compréhension plus vaste de l'activisme, pas seulement comme propagande mais aussi comme force visuelle émotionnelle ». Cet homme me fit penser que parfois nous sous-estimons l'importance de nos activités et que nous devons faire très attention avec notre travail, puisqu'il affecte véritablement les autres.

Une autre fois, après avoir présenté à Séoul « Travailleurs renvoyés », j'ai vu un public de quatre cents personnes qui pleuraient tandis qu'elles sortaient de la salle dans un silence absolu. J'ai alors compris plus que jamais que la vidéo peut réellement aider les gens à comprendre la situation des autres. Sans la vidéo, ces gens n'auraient jamais pensé à la vie des travailleurs renvoyés dans les années 1980 et 1990, parce que les médias de masse dominants avaient totalement ignoré leur situation et leur lutte.

Il y a eu aussi des histoires désolantes. Jamais je ne me serais attendu à ce que tant d'activistes des années quatre-vingts soient cooptés si rapidement dans le système et que certains même deviennent l'avant-garde des hommes politiques de droite et des promoteurs du néo-libéralisme.

D'un autre côté, beaucoup de nouveaux qui avaient été formés par le Labor News s'intégrèrent au mouvement progressiste de la vidéo. Je n'aurais jamais pensé que nos petits programmes de formation pourraient faire réfléchir les gens plus sérieusement sur leur vie.

Le monde doit être analysé du point de vue des individus, et bien qu'il y ait toujours des choses qui ne sont pas prévisibles, ce qui est important, c'est de réfléchir en profondeur et d'agir avec rigueur sans perdre la confiance dans l'existence d'un monde meilleur et sans se laisser piéger par l'imagination irréelle. En changeant nos vies nous pouvons changer le monde.

C'est une des leçons que j'ai apprises après vingt ans d'activisme, du mouvement étudiant jusqu'au mouvement ouvrier, et c'est ainsi que je comprends aujourd'hui la communication pour le changement social. — Écrit par Myoung Joon Kim, chef de production de *Labor News.*

DESCRIPTION



Le principal objectif de *Labor News Production* est de renforcer le mouvement ouvrier démocratique et progressiste en République de Corée et dans le monde, et de jouer un rôle important dans le processus de démocratisation des moyens de communication.

Pour atteindre ces objectifs, cette petite organisation, qui compte seulement sept employés à temps complet, couvre les domaines suivants :

- **Production :** Plus de 50 vidéos produites, dont des journaux informatifs, des programmes éducatifs, des documents historiques, etc. Le contenu et le style dépendent des organisations associées. Les vidéos de *Labor News Production* n'ont pas été vues à la télévision coréenne, mais elles ont été amplement diffusées à travers les syndicats, les ONG et les organisations d'étudiants, elles ont été montrées également dans des festivals internationaux.
- **Archives :** En plus d'enregistrer les images pour des productions spécifiques, *Labor News Production* conserve tous les événements importants du mouvement ouvrier coréen. Il a engrangé maintenant plus de 3 000 heures d'archives.
- **Formation :** Depuis 1991 *Labor News Production* a formé des travailleurs et des citoyens tant en techniques de production vidéo qu'en analyse critique des médias. Parmi les résultats de cette activité, on trouve six vidéos réalisées collectivement par des ouvriers organisés en groupes de vidéo.
- **Organisation et réseaux :** *Labor News Production* appuie divers groupes de producteurs vidéo afin qu'ils puissent consolider leur propre réseau de solidarité.
- **Solidarité :** *Labor News Production* participe à divers réseaux progressistes de communication : l'*Association des cinéastes et vidéastes indépendants de Corée*, le *Forum contre la censure*, le *Projet de télévision populaire*, la *Coalition populaire pour réformer les médias*, le *Festival de cinéma des droits de l'homme*, le *Réseau progressiste de Corée*, *Korean LaborNet*, et *Videazimut*. *Labor News Production* s'est engagé dans la préparation des conférences internationales *Labor Media 97* et *Labor Media 99*, considérées par les activistes comme les plus importants événements sur le mouvement ouvrier et la communication.
- **Recherche :** *Labor News Production* a joué un rôle pionnier dans l'introduction en Corée de concepts comme l'accès public, la radio communautaire et la communication participative, entre autres. Depuis 1997, *Labor News Production* a établi une section de recherche qui publie deux fois par semaine sur Internet la revue *Prism* sur le mouvement progressiste de communication.
- **Distribution & Festival :** Tenant compte de la fragilité du système alternatif de distribution en Corée, *Labor News Production* utilise différentes stratégies pour assurer une large diffusion de ses vidéos. La méthode principale de distribution se fait à travers le réseau des syndicats affiliés à la Confédération coréenne des syndicats (*Korean Confederation of Trade Unions*, KCTU). Depuis 1997, un autre canal de diffusion est le *Festival international de cinéma et vidéo des travailleurs* qui est devenu la meilleure vitrine pour les films et vidéos sur le mouvement ouvrier et un excellent forum pour les activistes. La majorité des programmes qui sont montrés au festival sont distribués ensuite dans tout le pays grâce à des accords avec les producteurs.

Labor News Production a pu survivre aux avatars de la politique coréenne dans les années quatre-vingt-dix. Son activité a contribué au récent processus de démocratisation des médias.

Près de 80 % du budget annuel de *Labor News Production* est obtenu grâce à ses propres activités comme la vente de vidéos, les projets de coproduction avec des syndicats et des ONG et les revenus des stages de formation. Près de 5 % provienent de dons individuels et 15 % de sources internationales comme Crocevia (Italie).

ORIGINES ET CONTEXTE

Comme presque partout dans le monde, la population coréenne est confrontée à de graves problèmes résultant des stratégies de mondialisation et d'une réalité économique d'inégalité et d'exploitation des

travailleurs. Le mouvement ouvrier coréen prétend changer cette situation bien que beaucoup des syndicats existants ne jouent pas ce rôle.

Labor News Production considère qu'il est essentiel de renforcer le mouvement démocratique des travailleurs pour obtenir une société plus démocratique et pour garantir des conditions de vie dignes pour les travailleurs, qui, non seulement sont majoritaires mais aussi qui, véritablement, contribuent au développement et au progrès. C'est pourquoi *Labor News Production* aspire à être une force motrice dans l'usage de la communication pour le renforcement du mouvement ouvrier progressiste, et aspire aussi à faire de ce mouvement un mouvement participatif et démocratique sur le plan interne.

IMPACT SOCIAL

Selon Myoung Joon Kim, pendant les douze ans d'activité de *Labor News Production*, de grands changements se sont produits dans la formation, la solidarité et la mobilisation sociale ainsi que dans la production et la distribution de vidéos.

La vidéo est devenue une composante essentielle dans l'éducation des travailleurs et a acquis une fonction importante en rendant accessible l'information sur le mouvement ouvrier, en enregistrant des images de l'histoire de la vie et de la lutte des travailleurs. À certaines occasions, elle représente la voix de centaines de travailleurs syndiqués ou s'adresse à un public plus large pour articuler la perspective des travailleurs. Un nouveau public pour le moyen alternatif que représente la vidéo s'est développé de cette façon. *Labor News Production* a réussi à introduire avec succès dans le mouvement ouvrier la notion de l'importance de la communication démocratique.

Les dix ans de formation ont porté leurs fruits : il y a désormais plusieurs groupes de travailleurs qui font des vidéos dans différentes régions de Corée et beaucoup de vidéastes indépendants. En tout, plus de mille personnes ont été formées par *Labor News Production*.

Le mouvement de solidarité mené par des organisations comme Jinbo Net, Labor Net, l'Association coréenne des cinéastes et vidéastes indépendants, et *Labor News Production* a abouti à la création du *Festival de cinéma des droits de l'homme* et de la *Conférence internationale Labor Media*. *Labor News Production* est membre des assemblées ou des comités directeurs de toutes les organisations susmentionnées.

La distribution internationale de vidéos de *Labor News Production* s'est étendue au Japon, aux États-Unis, en Australie et dans d'autres pays, à travers des circuits alternatifs de diffusion. Les vidéos ont joué un rôle important dans la présentation à d'autres nations de la situation des travailleurs coréens. La vidéo « De la crise du capital […] » fut diffusée par l'organisation *Indymedia* par satellite pendant les manifestations contre les politiques internationales de commerce à Seattle en 1999.

Les activités de *Labor News Production* permirent, en partie, d'obtenir un accès à la télévision publique, au câble et à la télévision par satellite. Le résultat de la lutte de *Labor News Production* fut que les activistes du mouvement social commencèrent à apprécier le potentiel de la communication alternative. Plus encore, certaines institutions du secteur du cinéma et de la télévision, qui reçoivent des financements du gouvernement, appuient désormais des projets de recherche sur le mouvement de communication alternative.

Enfin, en résultat aux activités du *Forum contre la censure* mené par Myoung Joon Kim, coordinateur de *Labor News Production*, divers articles relatifs à la censure furent éliminés de la loi sur le cinéma et la vidéo.

MÉDIAS ET MÉTHODES

La vidéo représente l'axe principal des activités de *Labor News Production* bien que d'autres outils de communication soient aussi utilisés. *Labor News Production* publie tous les trois mois une revue sur ses activités et son unité de recherche distribue par courrier électronique un bulletin d'information. Le site Web de *Labor News Production* est accessible depuis 1998 ; en mai 2000 l'organisation a commencé à diffuser ses programmes mensuellement par Internet. Selon Myoung Joon Kim, au vu des changements qui se sont récemment produits dans l'accès public à la télévision nationale, *Labor News Production* a projeté de produire des vidéos pour le Système coréen de télévision publique (KBS), sans sacrifier le contenu des productions.

Labor News Production est un projet de communication participative. Sur le plan interne, toutes les activités sont décidées collectivement. Les méthodes de production vidéo s'orientent aussi vers un processus participatif, ce qui explique en partie pourquoi presque tous les programmes sont des coproductions. Les travailleurs et les vidéastes de *Labor News Production* apprennent les uns des autres, et une grande partie du processus de production est dédiée à la discussion. Souvent, les images des vidéos proviennent de caméras que les travailleurs eux-mêmes ont appris à utiliser, comme c'est le cas de « Pas à pas » (*One Step at a Time*), une vidéo qui décrit la lutte des travailleurs du milieu hospitalier.

La méthodologie adoptée par *Labor News Production* prétend travailler *avec* les gens et non pas *autour* des gens. Un des objectifs principaux de *Labor News Production* est d'obtenir que les travailleurs à la base produisent leurs propres vidéos, ce qui constitue une part essentielle du processus participatif promu dans le mouvement des travailleurs.

OBSTACLES

La nature même du travail de *Labor News Production* l'amène à faire face à des obstacles et des difficultés. Certaines de ces contraintes sont internes, telles que le manque de critères conceptuels et parfois la peur de la démocratie qui existe au sein des syndicats et des ONG.

Les problèmes de financement aussi ont menacé la continuité des activités de *Labor News Production*, bien que l'organisation elle-même ait établi comme principe que la plus grande partie de son budget doit être générée par des activités propres. Très peu de ressources proviennent d'ailleurs, étant donné que les thèmes traités et les activités de formation n'attirent pas les bailleurs de fonds publics ou privés. Les changements récents dans les institutions et dans les politiques publiques permettront peut-être l'accès à de nouvelles sources de financement, bien que *Labor News Production* ne compte pas être parmi les bénéficiaires, malgré le rôle prépondérant qu'elle a joué dans la mise en place de ce processus.

La situation politique s'est sensiblement améliorée depuis le début des années quatre-vingt-dix, quand *Labor News Production* dut fréquemment faire face à la répression. Mais, en dépit des changements dans l'environnement politique, le festival de cinéma *Labor Media* est encore une manifestation illégale, puisque la Commission de classification des films refuse de classer les productions montrées pendant le festival. Même si au cours de ces dernières années, *Labor News Production* n'a pas été victime de la persécution policière, l'organisation considère qu'elle est encore sous la surveillance de la police gouvernementale. Si jamais la balance politique venait à pencher vers un régime plus conservateur, il pourrait y avoir une nouvelle vague de répressions.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre est basé sur les échanges par courrier électronique avec Myoung Joon Kim et ses réponses à un questionnaire sur *Labor News Production*.

Le site Web de *Labor News Production* est: http://www.lnp89.org/english.html et les émissions sur Internet se font sur: http://mayday.nodong.net

TAMBULI



Philippines

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Tambuli Radio Network
PAYS :	Philippines
OBJECTIFS :	Développement communautaire
LIEU :	20 communautés isolées
BÉNÉFICIAIRES :	Près de 10 000 personnes pour chaque station
PARTENAIRES :	Vingt radios communautaires
FINANCEMENTS :	Tambuli, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), Danish International Development Agency (DANIDA)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Il y a une seule voiture dans l'île : l'ambulance. Juché sur le siège arrière d'une moto, je parcours la distance entre Loreto et Tubajon sur un chemin poussiéreux et obscur. À la tombée de la nuit j'arrive au village, juste à temps pour écouter la dernière partie de la retransmission de *Radio Tubajon*. Aussi bien Loreto que Tubajon se trouvent dans la partie la plus reculée de la petite île de Dinagat, un peu perdue au nord de Mindanao, qui est la seconde île en termes de superficie parmi les sept mille îles des Philippines. C'est seulement la dernière étape d'un voyage commencé hier avant le lever du jour, dans un taxi qui m'a amené de Cagayan de Oro jusqu'à Surigao City pendant la plus grande partie de la journée, et qui a ensuite continué jusqu'à Loreto en ferry pendant environ trois heures.

Six leaders locaux de différentes confessions religieuses sont réunis autour d'une table dans la salle d'enregistrement de *Radio Tubajon*, DST-FM 95.8. Parmi eux se trouve le Père Kiko Magnaye, un prêtre catholique qui est le directeur de la station. Le groupe discute des contenus des six mois du programme religieux *Langit Sa Yuta*

(« Le Paradis sur terre »), qui est retransmis tous les dimanches de 19h30 à 20h00. Il est surprenant d'assister à cet exemple d'exercice démocratique.

Pendant notre réunion, la transmission en direct depuis la cabine adjacente, séparée seulement par une grande fenêtre de verre, continue. Le technicien qui contrôle les équipements radio est en même temps en train de chanter pour le public, à l'aide d'un équipement de karaoké. Il fait son travail avec sérieux, faisant plaisir à son public avec de nouvelles chansons. Après tout, c'est l'heure de *Harana* (« Fête »), le programme musical que retransmet la station tous les dimanches, immédiatement après le programme religieux.

L'extinction des lumières du village se fera à dix heures du soir, de même pour *Radio Tubajon*, jusqu'au lendemain. Bien que la station ne soit sur les ondes que trois ou quatre heures par jour, la population dépend beaucoup d'elle. Alors que le silence et l'obscurité s'approprient les rues, beaucoup, comme moi, vont se coucher avec l'écho des dernières paroles et de la musique de cette station communautaire.

La même chose qu'à Tubajon se produit à Loreto et dans les dix-huit autres stations du Réseau de Radios *Tambuli*. La vie de beaucoup d'autres communautés a changé depuis que les petites stations de radio ont débuté leurs activités aux Philippines. Ce furent les premières dans ce pays asiatique, et de fait, les premières dans toute la région, où les moyens d'information et de communication sont en majorité contrôlés par les gouvernements.

DESCRIPTION



Basco, Aborlan, Goa, Banga, Ibajay, Sta. Teresita, Barangay Imelda, Cabagan, Maragusan, Loreto, Tubajon, Inogbong, Mabuhay… puis Lobo, Cabayugan, l'île Cuyo, Gonzaga, Sultan Sa Barongis, Ipil et Joló. Vingt stations de radio éparpillées dans un pays qui à son tour s'étend sur sept mille îles. Depuis Jolo et Zamboanga à l'extrême nord du pays, ces petites radios communautaires ont pu changer les choses. Peut-être pas pour soixante-dix millions de Philippins, mais assurément pour la population des vingt communautés qui jamais avant n'avait eu la possibilité d'accéder à une station radio qui parle de ses problèmes quotidiens et travaille coude à coude avec la communauté en quête de solutions.

Tambuli est un mot tagal qui désigne les cornes de *carabao*, utilisées traditionnellement pour convoquer aux réunions communautaires, mais c'est aussi le sigle de « la voix des petites communautés pour le développement des défavorisés ». Cinq objectifs servent de guide au projet : 1. faciliter l'accès local à l'information ; 2. permettre aux habitants de s'exprimer par eux-mêmes ; 3. créer des liens communautaires ; 4. renforcer le sens de l'identité ; et 5. transformer le public de simples récepteurs en participants et gestionnaires d'un système de communication. En somme, le renforcement des individus grâce à la communication, de sorte que les organisations communautaires puissent chercher de meilleures opportunités de développement.

Depuis le début, des critères très clairs furent définis pour la sélection des communautés destinées à être intégrées au projet. Il fut décidé par exemple que les radios *Tambuli* s'installeraient uniquement dans des endroits qui manquent complètement d'accès à la communication, mais qui ont un potentiel d'organisation sociale, la volonté de rassembler les ressources pour le projet et de travailler avec d'autres communautés.

Le moteur qui fait marcher le travail des radios *Tambuli* est un Conseil communautaire de communication (*Community Media Council*, CMC), organisme multi-sectoriel qui prend des décisions sur les questions d'administration et de programmation. La plupart de ses membres ont de plus des responsabilités comme journalistes et animateurs, chacun contribuant avec un programme relevant de sa spécialité : santé, éducation, jeunesse, agriculture, troisième âge, environnement, pêche, femme et législation entre autres. Le CMC deviendra, à long terme, propriétaire de la station.

La structure de la programmation varie d'une station à l'autre, de même que le contenu et les noms des programmes. Par exemple, le programme sur l'environnement s'appelle *La nature est un trésor* (*Ang Kinaiyahan Bahandi*) à *RadioTubajon*, *Nous et l'environnement* (*Kita Ug Ang Kinaiyahan*) à *Radio Loreto* et *Prenons soin de l'environnement* (*Ang Pag-Amping Sa Kinaiyahan*) à *Radio Maragusan*. Les stations du réseau *Tambuli*, de même que d'autres radios communautaires, ont en commun le but de servir la communauté avec des messages sur les réunions locales, les mariages, les décès, l'arrivée du courrier, le bétail égaré, les enfants perdus, l'information sur les mesures législatives locales, les services sur l'agriculture ou les produits de la ferme.

Diverses radios du réseau *Tambuli* ont étendu leurs services pour offrir des crédits sans intérêts, un système inspiré de l'expérience de la Grameen Bank : de petits prêts à des individus ou des groupes communautaires pour des projets générateurs de revenus. Même les travailleurs des radios *Tambuli*, dans leur majorité des volontaires, peuvent en bénéficier.

À sa conception, la date finale du projet était prévue pour 1999. Cependant, la demande en nouvelles radios et le nombre croissant de demandes d'autres communautés conduisit Louie Tabing à créer une institution permanente pour appuyer les futurs projets ainsi que le réseau existant. La *Fondation Tambuli* a été créée pour reprendre le projet à partir de l'année 2000.

ORIGINES ET CONTEXTE

Le chemin fut long, aux Philippines pour permettre de donner vie au réseau de radios démocratiques de *Tambuli*. Indubitablement, *Tambuli* est le résultat d'un processus de lutte pour la démocratisation qui a commencé sous la dictature de Marcos. L'homme qui fut le moteur du projet, Louie Tabing, a acquis une partie de son expérience et développé nombre de ses idées tandis qu'il travaillait à *Radio Veritas*, une radio catholique qui joua un rôle important dans la chute de Marcos en 1986.

Louie Tabing garde une attitude critique par rapport aux moyens d'information de son pays. Il aime à souligner que les médias sont motivés seulement par « Profit, Propagande, Pouvoir et Privilèges » (*Profit, Propaganda, Power and Privilege*). Son approche « PPPP » est devenue une plate-forme dans la lutte pour la démocratisation des médias. Tabing a reçu l'appui d'organismes internationaux pour lancer le projet *Tambuli*, qui commença en 1990 avec l'assistance technique de l'UNESCO et une assistance financière de 25 000 dollars de DANIDA.

La première radio s'est installée à Batanes, un endroit si éloigné et isolé qu'il ne captait même pas la radio et la télévision nationales. Très vite, les mêmes organisations internationales appuyèrent à hauteur de 900 000 dollars sur quatre ans un projet plus ambitieux. Fin 1994, cinq radios avaient été installées, et en 1996 il y en avait huit en fonctionnement. Le projet s'étendit jusqu'en 1999 incorporant un total de 20 radios dans le réseau *Tambuli*. Chacune eut un coût approximatif de 90 000 dollars, 60 % de cette somme étant destinés à l'achat d'équipement et au développement de l'infrastructure.

Certaines radios du réseau *Tambuli* sont en réalité des Haut-parleurs communautaires (*Community Audio Towers,* CAT) dotés d'un émetteur. À l'origine, le projet CAT fut mis en place par la FAO au milieu des années 1980, et reçut aussi l'appui de l'UNICEF à la fin des années 1990. Les CAT sont un bon exemple de participation communautaire à travers une activité de communication à faible coût. *Tambuli* a renforcé certains CAT en fournissant des émetteurs et une formation supplémentaire. Tabing sut profiter de l'expérience que la communauté avait acquise dans la gestion d'un projet de communication.

IMPACT SOCIAL

Le maire de Tubajon « demande la permission » à la radio de couper des arbres et réparer un pont qui s'est effondré. Pourquoi ? Il le fait parce qu'il sait que s'il prend la décision sans l'appui de la communauté, il pourrait ensuite être critiqué pour la destruction de l'environnement. À Maragusan, la radio fit pression sur les autorités locales pour qu'elles interdisent l'utilisation de pesticides et de tronçonneuses. La région a un bon potentiel pour des projets d'écotourisme, avec ses nombreuses rivières et ses cascades d'eau, mais elle s'est vue menacée par le passé par des chercheurs d'or et récemment par des bûcherons coupant du bois illégalement et par des entreprises qui arrosent les plantations de pesticides.

L'environnement n'est pas la seule préoccupation du programme de *Tambuli* ; les radios ont contribué à développer une conscience sociale sur d'autres problèmes qui affectent la communauté. À Camarines Sur, la radio de Goa a convaincu ses auditeurs d'abandonner les jeux d'argent, ce que les responsables chargés de faire appliquer les lois n'avaient pas pu obtenir. Ce sont des exemples significatifs des changements produits par le réseau *Tambuli*.

L'influence culturelle et politique des radios de *Tambuli* est reconnue par les autorités locales qui ont établi de bonnes relations de travail avec les CMC. Souvent, les autorités fournirent le terrain et le matériel pour la construction du local de la station. Dans certains endroits, les animateurs de *Tambuli* sont si célèbres qu'ils ont été élus comme représentants des autorités locales. Le strict « Code de conduite » de *Tambuli* a été un facteur régulateur du comportement des animateurs envers les communautés.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Un ensemble de principes, des manuels et des instructions furent développés pour garantir la solidité et la pérennité de l'expérience. Loin de simplement faire don des équipements radio, *Tambuli* a mis l'accent sur le processus de formation qui comprend non seulement des aspects techniques mais surtout une orientation sur la responsabilité dans la communication avec les pauvres, un code de conduite pour les animateurs, et une profonde compréhension du développement participatif.

Le code de conduite inclut des thèmes comme : « Rapporter la vérité », « Bon goût », « Impartialité », « Innocence des accusés », « Respecter les droits de tous », « Préférer les approches positives et constructives », « Traitement des ouï-dire, commérages et rumeurs », « Respecter les autorités », « Soin des équipements du studio », « Conduite hors de la station », « Demande de publicité et de fonds », et bien d'autres.

L'équipement des radios est en général très simple : des émetteurs de 20 watts, des amplificateurs de karaoké et des enregistreurs de cassettes… Certaines stations ont acquis à leur compte des équipements plus complets, avec l'appui des communautés et/ou du gouvernement local.

OBSTACLES

La principale limite du réseau *Tambuli* paraît être le manque de communication entre les différentes stations. La plupart n'ont pas accès à des lignes téléphoniques et sont situées dans des lieux très reculés du pays, ce qui fait qu'elles ne fonctionnent pas vraiment comme un réseau. Elles manquent de moyens pour se connecter les unes aux autres et le projet *Tambuli* lui-même a des difficultés pour faire arriver des messages aux stations quand c'est nécessaire.

L'absence d'une législation qui reconnaisse un statut spécifique aux radios communautaires a retardé le processus d'installation de nouvelles stations. La difficulté d'obtenir des licences de fonctionnement est devenue encore plus critique étant donné que le Congrès des Philippines est l'entité qui accorde les autorisations aux radios communautaires qui sollicitent une licence. Un projet de loi a été envoyé au Congrès pour qu'y soit approuvée une loi sur les communications qui permette aux stations de radio de faible puissance de fonctionner sans devoir au préalable requérir une autorisation auprès du Congrès.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre est basé principalement sur des visites de terrain et des conversations avec P. Kiko Magnaye, directeur de *Radio Tubajon* (Dinagat), Pastor Domingo D. Reambonanza, directeur de *Radio Loreto* (Dinagat), Frank Endaya et l'équipe de *Radio Maragusan* (Davao del Norte), et Louie Tabing, le créateur et principal acteur du réseau *Tambuli*.

Une grande quantité d'information est disponible sur le site *Tambuli* : http://www.tambuli.org.ph/. En plus du *Bulletin* et d'une description minutieuse de l'expérience de *Tambuli*, il inclut un *Code de conduite* détaillé pour les animateurs, et un *Manuel de production*. Le *Bulletin* est diffusé également en version imprimée, avec d'autres publications de *Tambuli*, puisque très peu de gens et presqu'aucune des stations n'a accès à Internet.

« *Tambuli* : the Electronic Carabao Horn », par Fraser, Colin et Restrepo-Estrada, Sonia, dans leur livre *Communicating for Development*, offre un panorama très complet de l'expérience.

Francis, P. et Lucas, B. *Rural Radio in The Philippines* et d'autres articles intéressants sur le thème sur le site Web de la FAO : http://www.fao.org/sd/CDdirect/CDan0026.htm

RADIO IZCANAL



El Salvador

FICHE TECHNIQUE

NOM : Radio Izcanal

PAYS : El Salvador

OBJECTIFS : Santé, droits de l'homme, éducation

LIEU : Nueva Granada

BÉNÉFICIAIRES : Population d'Usulután

FINANCEMENTS : Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS), Communication Assistance Foundation (CAF), Coopération canadienne, Aide norvégienne.

MÉDIAS : Radio

ANECDOTES

Le chemin qui mène à Nueva Granada disparaît de temps en temps sous un nuage de poussière, tandis que les camionnettes et les motos se pressent vers le village. Personne ne veut manquer le *Deuxième festival des arts, de la culture et de la communication*, que *Radio Izcanal* a organisé pour fêter son huitième anniversaire et l'inauguration de son nouveau siège et de l'équipement numérique. La place principale de Nueva Granada grouille de gens se déplaçant d'un coin à un autre pour voir une démonstration de chiens dressés par la police locale ou une exposition de photographies et documents commémorant l'histoire de la station de radio depuis ses débuts. Le maire, le curé, des invités de diverses organisations salvadoriennes et internationales sont déjà assis et attendent le début du programme officiel. D'abord de brefs discours sur la trajectoire de Radio Izcanal, ensuite, bonne humeur et nourriture gratuite pour tous. Des jeunes musiciens et danseurs d'autres provinces sont venus pour rendre hommage à la station de radio. Les garçons chantent des chansons anciennes en langue nahua tandis que les jeunes femmes dansent, vêtues des traditionnels *huipiles* mayas.

Izcanal ou Ixcanal est un mot qui vient de la langue nahua, parlée dans le temps par la population indigène du Salvador. Ce mot se réfère à une plante courante que l'on reconnaît à ses grandes épines, semblables aux ongles d'un tigre. C'est peut-être pour cela que les fondateurs de *Radio Izcanal* l'ont choisie comme symbole de leur nouvelle station de radio communautaire. « *Ix* signifie léopard et aussi lieu sacré, alors que canal est l'énergie qui pénètre à l'intérieur de la terre », explique Basilio, un des fondateurs. « La radio a la force d'un léopard et elle est enracinée dans nos traditions et notre culture anciennes », ajoute-t-il.

Une branche de la plante épineuse a été placée à côté de la porte d'entrée du nouveau siège de l'association. Ses pointes effilées portent le souvenir de la lutte et du dur labeur qui furent nécessaires pour que *Radio Izcanal* gagne la pleine reconnaissance. Même le maire de Nueva Granada, militant d'ARENA, le parti de droite qui soutint les militaires pendant la guerre, est devenu un défenseur de *Radio Izcanal*. Il a dû lutter au sein de son propre parti pour la survie de *Radio Izcanal,* qui avait été taxée trop vite de station « rebelle ».

Aujourd'hui, les temps sont à la réconciliation. Le peuple salvadorien s'accroche à la démocratie, aussi imparfaite qu'elle paraisse. Tous veulent oublier la guerre sanglante qui divisa le pays. Dans ce contexte, *Radio Izcanal* est une expression de l'espoir.

DESCRIPTION



Radio Izcanal fut créée en 1991 par un groupe d'exilés salvadoriens, en majorité paysans, revenus au pays le 5 mars 1990. Un groupe plus important de réfugiés revint après le 16 janvier 1992, date de la signature des Accords de paix, après plus de dix ans de guerre civile. Les exilés avaient vécu pendant huit ans dans le camp de réfugiés de San Antonio, au Honduras. C'est là qu'ils avaient commencé à réfléchir à l'organisation d'une radio. Avant cela, ils avaient développé d'autres activités : le théâtre populaire, les marionnettes et d'autres outils de communication interpersonnelle. Leur but était de mieux s'organiser autour de thèmes importants comme la santé et l'éducation tout en reforçant leur communauté.

La toute nouvelle station commença dans une petite communauté appelée Nuevo Guaicho, où le premier groupe de réfugiés avait reçu des terres à son retour. L'influence de la station grandit si rapidement dans les années suivantes que la population de Nueva Granada, un village voisin plus grand, invita les leaders communautaires de Nuevo Guaicho à déménager la radio au village. Pendant plusieurs années, ils travaillèrent dans une petite structure sur la place de Nueva Granada avec un équipement amateur simple : une console de mixage de son à six pistes, deux enregistreurs de cassettes et un petit groupe de volontaires.

Le 20 novembre 1999, la station inaugura son nouveau siège, doté d'une antenne plus haute, d'un émetteur plus puissant, d'une console de mixage à 24 pistes, d'un équipement de son numérique et, surtout, de plusieurs ordinateurs pouvant contrôler la programmation et les enregistrements.

Le financement de *Radio Izcanal* passa par plusieurs étapes. La radio a commencé avec des moyens très réduits et l'appui direct de la communauté. Cependant, à mesure que l'influence grandissait, les nécessités augmentaient aussi. Actuellement, la station compte diverses sources de financement, l'une d'elles étant la publicité. En tant qu'unique station de radio dans cette zone du pays, *Radio Izcanal* diffuse des messages publicitaires de petites entreprises commerciales, destinés à la population locale. Les messages à contenu éducatif sont aussi nombreux et importants. *Radio Izcanal* a reçu l'appui international de la Hollande, du Canada et de la Norvège. L'organisation CAF/SCO a fourni de nouveaux équipements ; la coopération canadienne a donné les matériaux de construction pour le nouveau siège (la communauté a acheté le terrain) ; et l'organisation Appui norvégien a financé la formation du personnel. Tout cela fut possible grâce à l'appui de l'Association des radios et programmes participatifs du Salvador (ARPAS).

Radio Izcanal fait partie du réseau de l'ARPAS, une organisation fondée en février 1994. L'ARPAS a constitué un réseau de 24 radios communautaires, dont la plupart utilise la même fréquence (92.1 FM) pour émettre. Cette fréquence a été achetée par l'ARPAS pour empêcher que les stations plus petites ne disparaissent sous la pression de la législation drastique imposée ces dernières années.

Dix nouvelles stations de radio ont intégré le réseau en 2000, émettant soit sur la fréquence 92.1 FM soit sur 90.5 FM, toutes deux gérées par l'ARPAS. En plus des radios communautaires, six centres de production appartiennent au réseau et produisent des programmes éducatifs qui sont utilisés régulièrement par les radios du réseau.

La mission de l'ARPAS est d'« associer, de coordonner et de soutenir les radios participatives, en facilitant l'expression de la société civile et en particulier des groupes majoritaires, contribuant ainsi à la démocratisation du discours et à la construction de la démocratie dans le pays ». Son objectif est d'« avoir une présence sur tout le territoire nationale avec des radios et des programmes participatifs de qualité, qui appuient la participation active dans le développement communautaire et national ». L'ARPAS est membre des principaux réseaux internationaux : ALER, WACC et AMARC.

ORIGINES ET CONTEXTE

Pendant plusieurs décennies, le Salvador a traversé une situation politique de guerre civile similaire à celle du Guatemala. Dans leur tentative d'annihiler le mouvement populaire, les militaires au pouvoir violèrent systématiquement les droits de l'homme.

Les premières initiatives de radio communautaire commencèrent pendant la guerre, bien que l'antécédent le plus ancien semble être *La Voix panaméricaine* de Monseigneur Oscar Arnulfo Romero, une station de radio AM que l'évêque martyr ouvrit à la voix du peuple à la fin des années soixante-dix. La radio était le seul moyen de dénoncer publiquement les assassinats, les disparitions et les tortures sous le régime militaire. La station fut fermée plus tard par la violence et Monseigneur Romero mourut assassiné à l'intérieur de sa propre église en 1980.

Pendant les 12 ans de guerre, deux autres stations clandestines, *Radio Venceremos* et *Radio Farabundo Martí*, toutes deux des instruments de communication du mouvement guérillero, remplirent leur rôle de moyens alternatifs de communication, permettant à la population salvadorienne et mondiale de connaître les violations des droits de l'homme. Elles contribuèrent également à renforcer la conscience et la solidarité internationales envers le peuple salvadorien.

Les Accords de paix de Chapultepec n'évoquèrent pas le thème de la démocratisation des médias. La seule référence à la communication fut la légalisation des deux stations de la guérilla, auxquelles furent attribuées des fréquences et un statut légal. Paradoxalement, *Radio Venceremos* tourna le dos à la communication participative et devint une station à vocation commerciale.

IMPACT SOCIAL

Dans le nouveau contexte démocratique des années quatre-vingt-dix, *Radio Izcanal* est un bon exemple de communication participative et d'instrument de communication entièrement *approprié* par la communauté. Un des aspects les plus intéressants de *Radio Izcanal* est que, partie d'une situation de pauvre station communautaire, propriété des réfugiés auxquels on accorda quelques terres pour leur survie, elle devint la principale station de radio du département d'Usulutan.

Radio Izcanal réussit à représenter non seulement ceux qui furent victimes de la guerre, mais aussi ceux qui durent s'enfuir en laissant tout derrière eux, et ceux qui perdirent leurs terres et leurs possessions à cause de leurs opinions politiques. *Radio Izcanal* se proposa dès le début d'être la voix de toute la population rurale d'Usulutan, y compris de ceux issus des petits villages et des zones urbaines comme Nueva Granada. Très vite, la population de la zone comprit que *Radio Izcanal* était aussi sa radio.

Un autre aspect intéressant est la référence que *Radio Izcanal* fait constamment aux cultures « ancestrales » *nahua* et maya. Le langage de la radio est imprégné de références à la culture indigène, même si le Salvador, contrairement au Guatemala et au Honduras, ne compte pas une population maya significative.

Le fait est que, en se réclamant de tradition indigène, *Radio Izcanal* contribue à restructurer une identité culturelle détruite en grande partie aussi bien par la guerre que par la modernisation du pays. Un des segments matinaux de la programmation a pour titre « *El Guiz* » en référence à un oiseau symbole de bonnes nouvelles. Le segment en question comprend un entretien en profondeur avec un invité spécial de la communauté.

Un autre fait marquant dans l'histoire de *Radio Izcanal* est sa relation avec le maire de Nueva Granada, qui, bien qu'il appartienne à ARENA, le parti de la droite, fut un allié important du projet. En retour, le maire est respecté par la population de Nueva Granada.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Les jeunes de la communauté furent constamment intégrés au personnel de *Radio Izcanal*, ce qui accorde à la station une sonorité et une présence rafraîchissantes. Au moins cinq des fondateurs de la première génération sont toujours à la station, travaillant sans difficulté avec de jeunes reporters et animateurs, comme Alexander Quinteros, intégré en 1994 à tout juste vingt ans.

Les communautés du département d'Usulutan ont un accès libre à la station. Tout le monde peut visiter la radio et demander qu'un message soit diffusé. La programmation comprend des segments spéciaux pour les dédicaces de musique, pour les vœux d'anniversaire et pour les annonces sur les événements d'intérêt communautaire.

En cultivant une audience qui comprend non seulement les personnes de retour d'exil mais aussi les habitants des villages voisins, *Radio Izcanal* a obtenu non seulement d'être acceptée par tous, mais elle a aussi favorisé l'intégration définitive des exilés dans la communauté.

Parmi les aspects techniques, le plus innovateur est sans doute l'utilisation d'une même fréquence par plusieurs stations, permettant que chacune d'elles puisse couvrir sa propre aire d'influence sans interférer sur les autres.

OBSTACLES

Les stations de radio communautaire du Salvador font face aux mêmes restrictions et menaces que d'autres stations de radio en Amérique centrale et ailleurs dans le monde. L'accès aux fréquences devient de plus en plus difficile en raison du processus de privatisation

et d'une législation qui place les fréquences aux mains de ceux qui peuvent se les payer.

Même après la signature des Accords de paix, le panorama des moyens d'information au Salvador reste le même qu'avant : les moyens d'information restent entre les mains de quelques-uns. La société civile ne participe pas au débat public sur le développement ou les politiques. La législation est injuste, antidémocratique et incohérente ; elle garantit seulement des formes arbitraires d'accord de concessions au secteur privé qui profite du favoritisme officiel.

S'il n'existait pas au Salvador une institution comme l'ARPAS, il est certain que les stations de radio participatives et communautaires auraient beaucoup plus de difficultés à survivre dans ce contexte.

RÉFÉRENCES

L'information contenue dans ce chapitre s'appuie sur des observations et entretiens réalisés à *Radio Izcanal* lors d'une visite sur le terrain au Salvador en novembre 1999.

Des détails supplémentaires furent obtenus grâce à l'ARPAS, particulièrement grâce à Oscar Pérez, le directeur exécutif.

Les brochures de l'ARPAS ont fourni des informations d'ensemble sur le réseau des radios communautaires.

SOUL CITY



Afrique du Sud

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Soul City
PAYS :	Afrique du Sud
OBJECTIFS :	Santé, droits de la femme
LIEU :	Johannesburg
BÉNÉFICIAIRES :	Population générale, plusieurs millions
PARTENAIRES :	National Network on Violence Against Women (NNVAW), South African Broadcast Corporation (SABC)
FINANCEMENTS :	Union Européenne, Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), Kagiso Trust, Gouvernement japonais, British Petroleum (BP), Old Mutual, Department for International Development (DFID)
MÉDIAS :	Multimédias (publications, radio et télévision)

ANECDOTES

Matlakala rentre tard de son travail et trouve Thabang très fâché. Pour le mettre de meilleure humeur, elle lui offre une chemise qu'elle lui a achetée, mais Thabang la jette par terre en l'insultant. Thabang envoie les enfants dans leur chambre et frappe Matlakala très fort sur la tête, la faisant tomber au sol.

Le jour suivant, Thabang se comporte comme si rien de rien n'était et s'excuse auprès de Matlakala […]. Thabang a des problèmes car il n'a pas reçu son salaire d'instituteur depuis trois mois. Il n'apprécie pas d'être entretenu par Matlakala. Nonceba [une amie] remarque le visage tuméfié de Matlakala et lui demande ce qui s'est passé. Matlakala lui ment et lui dit qu'elle est tombée.

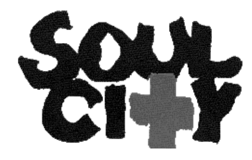
La famille Serithi sort dîner et s'amuser. Thabang devient furieux en entendant Matlakala parler à son père des coups reçus. « Je t'ai dit de ne parler à personne de nos problèmes ! » Les enfants sont terrifiés, mais Bheki [leur fils] lui interdit de frapper Matlakala à nouveau. Thabang dit à Bheki

qu'il comprendra quand il sera plus vieux et sera devenu l'homme de la maison. Thembi raconte à Matlakala que Thabang frappait aussi sa mère. Matlakala se rend chez sa mère pour lui raconter ce que Thembi lui a dit. La mère de Matlakala tente de la convaincre qu'elle doit se résigner parce que Thabang a payé pour elle une lobola [une dote], et parce que c'est une obligation pour la femme de faire marcher le mariage.

Matlakala réagit enfin, lorsqu'une femme maltraitée est amenée à la clinique, poignardée par son compagnon. Plus tard, la femme décède. Matlakala décide d'aller vivre à la maison de ses parents. Elle refuse de retourner dans son foyer jusqu'à ce que la famille de Thabang et la sienne se réunissent pour parler du comportement violent de Thabang. Le père de Thabang dit à celui-ci qu'il doit discipliner Matlakala « selon la tradition ».

Pendant la réunion de famille, le père de Matlakala prend une position énergique d'homme s'opposant à la violence contre les femmes. L'ancien qui officie la réunion rappelle qu'il a vécu longtemps et qu'en aucune façon dans la culture et la tradition, on doit tolérer la violence envers les femmes. Un homme qui maltraite sa femme est considéré comme un lâche. Thabang demande pardon et l'épisode se termine sans que l'on sache si Matlakala rentrera chez elle. — Extraits d'un drame télévisuel de *Soul City*, Série 4.

DESCRIPTION



Soul City est un projet de promotion de la santé qui profite du potentiel des mass-médias pour induire des changements sociaux. Garth Japhet, médecin et journaliste occasionnel, fonda *Soul City* avec l'idée de mettre les moyens d'information au service de la prévention de la séropositivité et du SIDA et de promouvoir des styles de vie plus sains. Les programmes de *Soul City* appartiennent à la catégorie d'« éducation-divertissement » (en anglais *edutainment*), qui est une version enrichie de la programmation habituelle de la télévision, de la radio et de la presse écrite. Les programmes sont conçus et produits pour être diffusés dans les meilleures tranches horaires, hors des segments éducatifs qui ont une audience moins importante.

Bien que *Soul City* soit surtout une initiative pour la radio et la télévision, le projet poursuit une approche dynamique et intégrée des moyens de communication.

Séries dramatiques pour la télévision

Soul City est un des programmes les plus populaires d'Afrique du Sud, vainqueur du prix Avanti décerné aux meilleurs programmes éducatifs. Chaque semaine, deux millions de personnes suivent le programme à la télévision. Les cinq séries produites jusqu'en 2000 ont abordé le thème de la séropositivité et du SIDA, du moins dans certains de leurs chapitres. De plus, elles ont traité d'autres thèmes sociaux et de santé : santé de la mère et de l'enfant, diarrhée, tabagisme, viol et violence envers les femmes, handicap physique et alcoolisme.

Séries radio

Les messages et les thèmes pour la télévision sont repris dans un feuilleton radio intitulé « *Les cœurs qui soignent* » (en anglais *Healing Hearts*). Le feuilleton consiste en soixante épisodes de 15 minutes diffusés en neuf langues à travers neuf stations de radio régionales. Le programme vise à toucher une audience plus rurale qui a moins accès à la télévision.

Brochures et journaux

La campagne de *Soul City* utilise des matériels imprimés pour renforcer les messages plus larges qui sont diffusés par les médias électroniques et pour compléter les connaissances par une information plus détaillée. Les fascicules sont élaborés en deux langues, publiés comme suppléments dans dix journaux nationaux et atteignent une distribution de 2,25 millions d'exemplaires pendant la période de diffusion par radio et télévision. Les cliniques et projets communautaires reçoivent aussi des copies des publications.

Relations publiques et publicité

La stratégie des relations publiques et publicitaire a une double fonction : populariser les séries télévisées et radio et attirer l'attention sur certains sujets de santé. Grâce à des concours par radio, télévision et presse écrite, on stimule aussi des comportements communautaires en faveur de la santé.

Paquets d'éducation à la santé

Pour améliorer la connaissance et la prise de conscience générées par la série de télévision, *Soul City* utilise dans le contexte éducatif et formel d'autres matériels traditionnels pour jeunes et adultes : bandes dessinées, cassettes audio et guides pratiques.

« Soul City s'occupe de plus en plus de promouvoir des politiques publiques relatives à la santé, dans le sens où les stratégies de communication pour le changement social ne doivent pas mettre l'accent uniquement sur le comportement individuel. Il y a de nombreuses barrières structurelles et culturelles qui influencent les décisions individuelles de santé. Il est d'une importance vitale de promouvoir les politiques publiques de santé qui peuvent créer un contexte favorable aux changements de comportement », constate Shereen Usdin, de Soul City.

ORIGINES ET CONTEXTE

L'Afrique du Sud commence à récupérer après des décennies de discrimination stratégique et d'inégalité forcée. Bien que considéré comme un pays à revenus moyens, la majorité de la population sud-africaine vit en dessous du seuil de pauvreté et des millions de personnes subsistent dans des conditions semblables à celles des pays les plus pauvres du monde.

Les statistiques nationales de santé reflètent les inégalités sociales, avec de larges pans de la population victimes de maladies et de décès qui auraient pu être prévenus. Malgré les campagnes d'information, le manque de ressources et des dizaines d'années d'éducation précaire sont difficiles à surmonter.

Soul City fut créé immédiatement après la libération de Nelson Mandela en 1991. C'était une période d'intense activité politique et sociale. L'esprit rénovateur de ces jours créa une atmosphère fertile au développement d'une utilisation novatrice et éducative des médias, mais en dernière instance le succès du programme est dû à sa grande qualité.

Il y avait auparavant très peu de programmes d'éducation à la santé destinés à défier les perceptions sociales et à changer les modèles de comportement peu salutaires ; c'est précisément cela que *Soul City* se proposa de faire, d'une manière créative et divertissante qui pourrait être accessible à de larges pans de la population.

IMPACT SOCIAL

Le docteur Garth Japhet est très lucide quant au résultat obtenu par *Soul City*. En eux-mêmes, les programmes de radio et de télévision ne changent pas de façon drastique le comportement des gens sur des thèmes de santé publique. Cependant, ces programmes contribuent à créer une atmosphère favorable au démarrage et au succès d'autres initiatives et activités de santé publique.

Certaines évaluations indépendantes montrent que *Soul City* a contribué à enrichir les connaissances, changer les attitudes et mobiliser les gens.

Large couverture

Les évaluations démontrent la popularité et la portée de la série : 61 % des sondés connaissaient le programme ; 57 % des téléspectateurs regardaient *Soul City* à la télévision ; 41 % des auditeurs écoutaient « *Des cœurs qui soignent* » ; 37 % des lecteurs de journaux connaissaient les suppléments ; 70 % des jeunes de âgés de 16 à 24 ans (cible démographique de *Soul City*) connaissaient le programme. On trouvait le même niveau de connaissance dans les zones urbaines et rurales.

Stimulation pour le dialogue

Selon les évaluations, les téléspectateurs et les auditeurs discutent du contenu des programmes. Les discussions ont lieu à la maison entre parents et enfants ; à l'école entre maîtres et élèves ; et entre amis, particulièrement entre jeunes.

Changements dans les connaissance et dans les attitudes

Une seconde évaluation de *Soul City* montra que 95 % des personnes exposées à la programmation affirmaient avoir appris quelque chose ; 92 % connaissaient l'épidémie du SIDA, contre seulement 85 % chez ceux qui n'avaient pas été exposés à *Soul City*.

Soul City eut un succès considérable en propageant des connaissances et des schémas de changement d'attitudes sur la santé et d'autres thèmes sociaux ; l'impact fut moindre jusqu'à maintenant en ce qui concerne le changement réel du comportement des gens. Par exemple, malgré l'influence de la série sur le tabagisme, les sondages n'ont pas mis en évidence des changements appréciables dans les habitudes de la population de fumeurs.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Généralement, on reconnaît que les mass-médias sont une manière efficace et de faible coût pour atteindre des publics larges, dispersés et souvent analphabètes. La grande majorité des Sud-Africains, même ceux qui vivent dans des zones éloignées ou marginales, a accès au moins à un moyen d'information de masse : 92 % de la population a accès à la radio, 71 % à la télévision et 17 % à la presse écrite. Cependant, l'utilisation de programmes de divertissement à des fins éducatives est un concept relativement nouveau en Afrique du Sud. *Soul City* fut le pionnier de l'approche « éducation-divertissement », en intégrant des messages éducatifs au genre dramatique.

« Je ne crois pas les mass-médias soient la panacée. Ils doivent faire partie d'une stratégie intégrée. Ce sont des catalyseurs », explique le Dr. Garth Japhet. La force de *Soul City* émane d'une combinaison de stratégies :

- **Approche multimédia :** Malgré sa dépendance vis-à-vis de la radio et de la télévision, *Soul City* intègre dans la promotion de la santé des activités de presse et de relations publiques.
- **Engagement pour la recherche basée sur la communauté :** Les messages et les scénarios des séries radio et télévisées sont testés et corrigés, puis testés de nouveau pendant la période d'élaboration. *Soul City* a mis en œuvre un programme approfondi de recherche formatrice pour garantir que les thèmes soient traités avec une perspective pertinente et significative pour le public.

- **Optimiser l'influence des histoires et de la marque :** *Soul City* n'est pas ouvertement didactique ; la composante « instructive » repose sur les matériels éducatifs d'appui et sur d'autres efforts de promotion pour la santé. L'optimisation des contenus est un des aspects novateurs ; les personnages apparaissent dans des bandes dessinées et dans des matériels pour les écoles et pour l'éducation des adultes.
- **Créer une atmosphère propice au changement :** La popularité de *Soul City* a introduit dans le débat public les thèmes de la séropositivité et du Sida, de la tuberculose, et du tabagisme entre autres.

OBSTACLES

Le panorama des moyens d'information et de communication est en train de changer en Afrique du Sud, et il y a désormais une diversité de choix plus grande pour les spectateurs. Beaucoup de programmes concurrencent les efforts de *Soul City* pour avoir une couverture aussi large et profonde que possible. Si *Soul City* ne conserve pas l'avantage, il pourrait perdre une partie de son public.

Le personnel de *Soul City* a développé des compétences uniques et importantes, mais il y a dans le pays peu de gens formés pour les remplacer.

Le succès de *Soul City* s'est traduit pas une croissance très rapide ces trois dernières années et l'organisation est tout juste en train d'apprendre à faire face aux défis administratifs propres à cette expansion.

RÉFÉRENCES

Le site Web de *Soul City* : http://www.soulcity.org.za/

Usdin, Shereen. « *Soul City* — using multimedia for social change ». In *Community Media News*, No. 5, octobre 1999.

Soul City : a case story. The Rockefeller Foundation, 1998. Matériel de travail pour la réunion du Cap sur « Communication pour le changement social ».

THÉATRE POPULAIRE



Nigeria

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Network of Educational Theatre (NET)
PAYS :	Nigeria
OBJECTIFS :	Santé, droits de l'enfant
LIEU :	Oyo, Ondo, Osun et d'autres états yoruba
BÉNÉFICIAIRES :	Communautés de 46 Gouvernements locaux (LGA)
PARTENAIRES :	Ministère de la santé, Gouvernements locaux (LGA)
FINANCEMENTS :	Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF)
MÉDIAS :	Théâtre

ANECDOTES

Les membres du groupe de théâtre d'Ede sont des acteurs de premier ordre. Trois hommes et une femme grimpent dans le minibus tandis que deux musiciens s'habillent d'élégants costumes verts et blancs pour les rejoindre ensuite. La musique commence alors que la troupe progresse dans le verdoyant bois de l'État d'Osun. Des arbres imposants, chargés de feuillage et de fruits dissimulent en arrière fond un orchestre d'insectes, d'oiseaux et d'animaux. Quand la joyeuse troupe atteint la communauté d'Ogobi Ajibode, elle est déjà en condition pour commencer.

Les musiciens avertissent la population de leur arrivée, s'avançant avec leurs tambours et leurs chants traditionnels. Des chaises apparaissent de toutes parts, au premier rang les plus luxueuses, celles tapissées pour le Oba (le chef traditionnel) et pour les anciens, et on déroule les nattes pour les jeunes enfants.

Comme dans les drames moralisateurs médiévaux, les personnages sont faciles à identifier : le Bien et le Mal et un ensemble de personnages locaux. Les costumes sont volontairement loufoques et le rire surgit facilement du public séduit.

Deux chasseurs, Ola et Oye, s'en vont chasser la viande de brousse en chantant. Tous deux entament une conversation sur les nouveautés au

village. Ola est enthousiaste à la perspective d'avoir un puits d'eau potable, Oye aussi, bien qu'il ne soit pas pleinement satisfait. Il considère que les routes et l'électricité sont plus importantes. Ils commencent à discuter. Ola se demande pourquoi son ami ignore la relation entre la santé et l'eau potable. Quiconque ayant vécu comme lui la maladie du ver de Guinée traiterait pour toujours l'eau avec le respect qui lui est dû.

Les visages attentifs du public s'illuminent quand apparaît une belle et jeune femme portant une jarre pour aller chercher de l'eau. Ola la prévient sur le danger d'aller à l'étang, tandis que Oye cherche à ridiculiser son ami. Lequel des deux écoutera la femme ?

Une chanson demande au public de proposer une réponse [...] et ensuite, au point culminant, apparaît sur scène un jeune homme atteint du ver de Guinée, pleurant de douleur.

Spontanément, les gens s'approchent des acteurs et collent sur leur front des billets de 5 ou 10 naira, un geste de gratitude qui est connu sous le nom d'« aspersion » (spraying, en anglais). Un ancien s'adresse à l'assemblée ; il fut victime du ver de Guinée et assure que l'œuvre théâtrale est absolument véridique. Le public l'acclame. — LYNN GELDOF, DANS « COMMUNITY EMPOWERMENT : SOCIAL MOBILISATION IN NIGERIA ».

DESCRIPTION



Le succès du théâtre communautaire pendant le *Programme extensif d'immunisation* fit germer l'idée de soutien et d'extension de cette expérience, en ajoutant une composante importante de formation, qui comprendrait des thèmes de santé et droits de l'enfant, et étendrait l'audience des groupes de théâtre aux autres états du Nigeria.

Évidemment, deux ou trois groupes de théâtre ne suffiraient pas à la réalisation de centaines de représentations dans les villages. Un programme de formation très détaillé fut conçu. Le groupe de théâtre avec lequel l'expérience avait débuté, mené par le metteur en scène et scénariste Jimmy Solanke, fut invité à organiser un groupe de formateurs. Un manuel de formation et des matériels d'appui furent élaborés pour mettre en place un stage intensif de dix jours, allant de l'histoire du théâtre aux techniques dramatiques modernes. L'accent fut mis sur la formation des acteurs.

Les autorités locales signèrent un accord, s'engageant à fournir l'alimentation et le logement pendant la formation menée au niveau des gouvernements locaux. L'UNICEF, pour sa part, s'engageait à couvrir les frais de salaire des formateurs et de la préparation des scénarios. Les stages comprenaient la préparation des costumes des acteurs et les matériaux nécessaires qui, après la période de formation, restaient en possession du groupe récemment constitué pour appuyer ses représentations dans les communautés. À la fin de chaque stage de formation, le nouveau groupe devait choisir un nom dans un processus collectif destiné à réaffirmer son identité artistique.

Jimmy Solanke écrivit plusieurs pièces inspirées du livre « *Savoir pour sauver* ». Dix millions d'exemplaires de cette publication de l'UNICEF avaient été distribués dans le monde entier en 1991, dans plus de 150 langues. Au Nigeria, le livre fut publié en quatre langues (haoussa, ibo, yoruba et pidgin english) et un million d'exemplaires fut distribué, dont ceux en anglais. Les thèmes qui servirent de base pour les textes touchaient divers sujets : le SIDA, la vaccination, la maternité sans risque, l'éducation de base, l'éradication du ver de Guinée, l'environnement, la sécurité alimentaire, la diarrhée et la malaria. Les scénarios comprenaient des scènes humoristiques que Jimmy Solanke écrivait avec facilité.

Une perspective de travail novatrice fut conçue. Pour garantir la pérennité du programme, on persuada les gouvernements locaux de fournir le transport et les fonds initiaux aux groupes de théâtre récemment formés. Plus encore, les services de santé du gouvernement local devaient accompagner le groupe de théâtre dans ses tournée, pour garantir une distribution efficace des services au niveau communautaire. Dès que les nouveaux groupes de théâtre avaient fini leur formation, ils commençaient à donner des représentations ; 46 nouveaux groupes furent créés dans 46 localités. Pour des raisons de rentabilité financière, de pertinence culturelle et de pérennité, la mission de ces groupes était de donner des représentations dans les villages de leur propre localité.

Le financement de l'activité des groupes de théâtre ne constitua pas un obstacle au projet. Presque tous les gouvernements locaux étaient disposés à participer à hauteur de 1 000 naira (25 dollars) pour chaque représentation. Au début, certains groupes trouvèrent cette petite compensation décevante, mais ils comprirent vite que s'ils travaillaient toutes les nuits de la semaine, la somme deviendrait plus intéressante. De plus ils pouvaient recevoir jusqu'à 200 naira supplémentaires pour chaque représentation grâce à la coutume d' « aspersion » des acteurs avec des billets, ceci, bien sûr, à condition que la représentation soit du goût du public.

Il fut clairement établi que le lien du groupe avec l'UNICEF n'était que transitoire. Ensuite, les groupes pourraient offrir leurs services à n'importe quelle agence du gouvernement ou de la coopération internationale intéressée par la promotion de ses programmes en zone rurale.

Avec le temps, d'autres groupes de formateurs du nord, où l'on parle le haoussa et de l'est du Nigeria, la région des Ibo, formèrent de nouveaux groupes dans leurs régions respectives.

ORIGINES ET CONTEXTE

Dans les années quatre-vingts, l'UNICEF prit la responsabilité globale de soutenir tous les pays du monde dans leur effort d'atteindre un taux de vaccination de 80 % des enfants de moins d'un an. Pour cela, des campagnes d'information à grande échelle furent mises en place avec l'appui de stations de radio et de chaînes de télévision qui offrirent gratuitement des espaces de transmission pour les messages de l'UNICEF.

Au Nigeria, plus de 15 stations de radio et 13 stations de télévision dans dix états de la Fédération participèrent à cet effort. Des sessions mensuelles de formation furent organisées pour garantir une diffusion des messages de bonne qualité. Des programmes étaient enregistrés chaque semaine au niveau des états pour stimuler la compétition entre eux et obtenir de meilleurs résultats dans la vaccination.

Tout ceci ne fut pas suffisant pour atteindre l'objectif des 80 %. « Les limites des médias de masse et de la presse écrite dans un pays comme le Nigeria étaient évidentes. L'accès à l'électricité est confiné aux villes et quartiers voisins. Même là où il y a de l'électricité, les récepteurs de télévision sont trop chers pour la grande majorité des gens. La télévision tend à être un privilège des plus riches et les plus influents. La radio a une portée plus grande, bien que limitée par le coût des piles ; un jeu de piles peut coûter presque un dollar », écrivait Lynn Geldof.

Cependant, la stratégie de communication verticale par le haut au travers des médias de masse fut insuffisante. Il était impératif d'atteindre les communautés qui n'avaient même pas accès à la radio. C'est ainsi que le théâtre communautaire apparut comme une alternative.

La communication interpersonnelle était l'unique stratégie possible pour atteindre les communautés les plus pauvres et les plus éloignées qui étaient restées hors d'atteinte de la campagne de vaccination. La seule activité de communication qui pouvait contribuer à la mobilisation au niveau communautaire était le théâtre populaire. L'UNICEF identifia dans les états d'Oyo et d'Ondo cent villages où le taux de vaccination était très bas et organisa des représentations d'un groupe de théâtre accompagné du service de vaccination. Le succès de cette expérience pilote amena à développer en 1991 un projet plus ambitieux, le *Réseau de théâtre éducatif* (*Network of Educational Theatre*, en anglais), dans lequel la composante de formation fut déterminante.

IMPACT SOCIAL

L'avantage du *Théâtre populaire au Nigeria* fut qu'il put se développer sur la base des manifestations rituelles préexistantes et de la culture locale pour faire passer des messages dont la communauté tirait avantage. La culture locale permit non seulement de renforcer la diffusion des messages mais elle tira elle-même avantage du processus de recherche des traditions locales et de réévaluation des pratiques communautaires.

L'action conjointe des groupes de théâtre et des équipes de vaccination rendit possible un impact social immédiat des activités du *Théâtre populaire*. Beaucoup de femmes avaient refusé de faire vacciner leurs enfants pour des raisons culturelles et parfois religieuses, mais elles furent finalement convaincues par la pièce de Jimmy Solanke intitulée « *L'appel du facteur* ». Immédiatement après chaque représentation, les infirmières devaient faire face à des centaines de femmes et d'enfants de tout âge faisant la queue pour recevoir les doses de vaccins.

La stratégie du théâtre populaire eut un effet supplémentaire : d'une part elle permit une plus grande prise de conscience dans les communautés, d'autre part elle fut garante de la régularité des visites du personnel de santé dans les communautés rurales, ce qu'il refusait souvent de faire.

Vers 1994, le réseau comptait 46 groupes de théâtre populaire au niveau des états locaux.

MÉDIAS ET MÉTHODES

L'activité du premier groupe de théâtre avait montré qu'il était possible d'améliorer la situation. Un programme continu de formation contribua à créer des groupes de théâtre permanents dans chacun des états sélectionnés. Les aspects novateurs du projet consistaient dans le fait que chaque groupe de théâtre était culturellement lié aux villages où ils allaient donner leurs représentations. Non seulement le langage était le même, mais on prenait aussi en compte les codes culturels spécifiques à chaque communauté : costumes, chansons et formules de salutation traditionnelles.

De plus, chaque groupe de théâtre arrivait sur le lieu plusieurs heures avant le début de la représentation pour recueillir des informations et des anecdotes sur des événements récents dans le village, et les intégrer comme références dans l'œuvre, garantissant ainsi l'intérêt du public pendant la représentation. Les scénarios étaient adaptés à chaque situation particulière, introduisant un peu d'improvisation tout en prenant soin de préserver, dans la mesure du possible, le contenu des messages.

Dès son étape de conception, le projet devait répondre aux critères suivants : il devait être de faible coût, pertinent sur le plan culturel, directement lié aux services de santé et durable. L'idée était de mettre à la portée des communautés un outil de communication qu'elles pourraient utiliser selon leurs besoins.

La méthodologie de formation et la disponibilité immédiate des groupes de théâtre furent des aspects centraux dans la stratégie d'amplification rapide de la couverture pour atteindre des milliers de communautés marginalisées.

OBSTACLES

Mis à part Jimmy Solanke, peu d'hommes de théâtre du Nigeria s'intéressèrent au travail dans les communautés. Ceux qui étaient disposés à le faire prétendaient à une compensation économique au-delà des moyens de l'UNICEF.

Certains gouvernements locaux ne remplirent pas leur engagement de soutien aux nouveaux groupes. Ils ne fournirent pas le transport nécessaire, ni ne prévirent dans leur budget annuel les fonds initiaux destinés aux groupes, comme cela avait été convenu avec l'UNICEF.

Tous les groupes de théâtre ne participèrent pas à la formation avec le même sérieux. Les dix jours de formation intensive furent parfois réduits parce que certains groupes n'étaient pas disposés à travailler les week-ends.

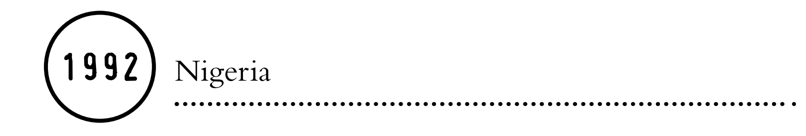
L'avantage d'adapter les scénarios à la situation concrète des villages où se tenaient les représentations devint souvent une pratique dangereuse, certains groupes exagérant la marge d'improvisation en laissant de côté les messages de l'œuvre et en transformant la représentation en une séquence de situations comiques sans grand contenu.

RÉFÉRENCES

Geldof, Lynn. *Community Empowerment : Social Mobilisation in Nigeria.* Lagos : UNICEF, 1994.

Gumucio Dagron, Alfonso. *Popular Theatre.* Lagos : UNICEF, 1995.

ACTION SANTÉ



Nigeria

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Action Health Incorporated (AHI)
PAYS :	Nigeria
OBJECTIFS :	Santé sexuelle et reproductive des jeunes
LIEU :	Lagos
BÉNÉFICIAIRES :	Jeunes des quartiers urbains pauvres
PARTENAIRES :	Communication for Change
FINANCEMENTS :	Fondation MacArthur, Martha Stuart Communications et Communication for Change (C4C), Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF) et Programme des Nations Unies pour le contrôle international des drogues (PNUCID)
MÉDIA :	Vidéo

ANECDOTES

« Bola, qu'est-ce que tu penses de ce qu'on vient de dire ? » L'écho de la voix résonna dans mon subconscient, mais ce ne fut que lorsque Sandra, une camarade du cours de vidéo, me toucha l'épaule, que je me rendis compte que j'étais tellement absorbée dans mes pensées, que je n'avais pas remarqué que la question m'était adressée.

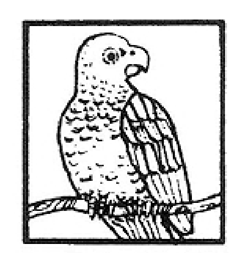
Barkley, le professeur de vidéo, venait de dessiner une image des défis auxquels nous, les jeunes, devons faire face durant notre croissance, et comment l'exaltation du sexe dans les mass-médias induit les jeunes à faire des choix risqués. Tandis qu'il parlait, j'avais l'impression de regarder un miroir qui me renvoyait l'image de ma propre vie. À 13 ans, je croyais que seules les mamans faisaient des enfants. Comment ? Je ne pouvais pas le dire. Mes parents, trop occupés, n'étaient jamais là pour me parler des changements que je vivais pendant ma croissance.

Je me rappelle à quel point je fus terrifiée lorsque j'eus mes premières règles. D'ailleurs, je pensais que j'allais saigner jusqu'à mourir. Heureusement, mon professeur, Mme Akipelu, me lava et m'assura que tout était normal. Quand je rentrai à la maison, tout ce que maman sut me

dire, c'était de ne plus m'approcher d'un homme puisque j'avais désormais mes règles. Pourquoi ? Elle ne me le dit pas. Par chance, j'eus cette information par mes amies, bien que plus tard, je découvris qu'elles ne m'avaient en réalité pas tout dit. Elles avaient besoin d'information tout autant que moi.

Je vis dans un quartier pauvre, Ifako. Mes amies et moi avons appris « dans la rue » pour ainsi dire, tout ce que nous savons de la sexualité. Nous nous réunissions entre femmes pour parler des hommes qui nous avaient fait des avances sexuelles, et quel en avait été le résultat. Les autres se moquaient de celles qui étaient encore vierges. Perdre sa virginité était à la mode. Maman, qui était la seule à être à la maison la plupart du temps, ne voulait pas parler avec moi de la sexualité. Elle se fâcha quand je lui posai des questions à propos de l'amour et que je lui racontai qu'un garçon m'avait fait des avances. Elle menaça de dire à mon père que je devenais incorrigible. — COMMENTAIRES DE YOMI IYIOLA-MARTINS ET NETU ILAVBARE, TOUTES DEUX FORMÉES COMME PRODUCTRICES DE VIDÉO DANS LES STAGES COORDONNÉS PAR *ACTION SANTÉ*.

DESCRIPTION



L'Unité de communication vidéo participative (*Participatory Video Communication Unit*, PVC) fait partie de la stratégie de communication, d'information et d'éducation d'*Action Santé* (*Action Health Incorporated*, AHI). Une organisation des États-Unis, Communication for Change (C4C) proposa un stage de formation de 16 jours pour 17 participants. Trois employés du projet et quatre membres d'*Action Santé* entreprirent d'apprendre les éléments de base de la communication vidéo participative, en particulier les compétences techniques de production et de montage des vidéos, tandis que le groupe initial de dix éducateurs adolescents recevaient une formation.

Cette formation initiale eut un effet multiplicateur, puisqu'elle adopta le principe d'un programme de formation pour formateurs. Les premiers stagiaires formés dans l'équipe de vidéo formèrent à leur tour, en 1993, 19 autres adolescents pour renforcer le groupe et garantir la continuité du projet. Le processus de formation continue a rendu possible la continuité du projet de vidéo participative jusqu'à nos jours.

L'Unité PVC d'*Action Santé* a joué un rôle fondamental dans les activités d'information et d'éducation. Ses objectifs sont :

- Établir un groupe vidéo formé à la production de vidéos sur des thèmes relatifs à la santé reproductive pour l'orientation d'autres adolescents ;
- Produire des vidéos sur les programmes similaires à ceux d'*Action Santé*, qui puissent être utilisés pour partager des expériences avec des groupes d'autres pays ;
- Réaliser des vidéos destinées à sensibiliser les adultes, en particulier les parents ;
- Influencer les politiques gouvernementales pour réduire leur résistance à prendre en compte les véritables besoins des adolescents dans les services et l'information sur la santé reproductive ;
- Utiliser l'approche d' « éducation-divertissement » pour toucher les adolescents à travers les projections vidéo.

L'Unité PVC développe des activités spécifiques. La première est la production, qui comprend des programmes d'information et d'éducation sur la santé reproductive, sous forme de sketchs ou de comédies musicales. Un groupe de théâtre composé de lycéens et de jeunes restés en dehors du système éducatif prennent part à cette activité. Leurs fonctions incluent la rédaction de scripts et le jeu d'acteur dans des œuvres choisies. Le groupe de théâtre intervient dans le cadre d'activité sociales, jouant sur les marchés, en salles et dans les rues ; ils utilisent des stratégies de participation pour impliquer le public. Les membres du groupe théâtral sont des volontaires et ne reçoivent aucune rémunération, hormis un subside de transport et occasionnellement une indemnité. Leur affiliation au groupe est basée sur l'intérêt personnel et l'engagement plutôt que l'intérêt pécuniaire.

Jusqu'en 1999, l'Unité PVC a produit 64 vidéos, dans des formats qui vont du documentaire jusqu'aux comédies musicales. Une large gamme de thèmes relatifs à la santé sexuelle et reproductive des adolescents a été couverte : grossesse précoce, drogues, rôle des adolescents dans la levée des barrières de la communication, maladies sexuellement transmissibles et SIDA, avortement, viol, problèmes de puberté et planning familiale. Fin 1998, l'Unité PVC produisit une vidéo musicale intitulée : « Sois prudent et autres chansons » (« Be wise and other songs »), où les jeunes écrivirent et chantèrent leurs propres compositions.

Une autre tâche de l'Unité PVC a trait à l'édition, impliquant la formation de nouveaux assistants pour éditer les bandes produites par la troupe de théâtre. Peut-être la fonction la plus importante, en particulier par rapport aux objectifs d'éducation et d'information, est-elle celle des projections vidéo dans les écoles, les centres de jeunes et les organisations. Au premier semestre de l'an 1999, plus de quatre mille adolescents assistèrent à ces projections.

CONTEXTE ET ORIGINES

La propagation du SIDA en Afrique a conduit les ONG à s'organiser pour promouvoir la santé reproductive. Le programme de santé reproductive pour adolescents d'*Action Santé* a débuté pour faire face à la situation de santé précaire des adolescents du Nigeria où les canaux de diffusion de l'information adéquate pour les jeunes sont très limités.

Les activités d'*Action Santé* sont basées sur la certitude que les adolescents ont besoin d'être conscients des facteurs qui influencent leurs expériences dans cette étape cruciale de leur vie. *Action Santé* considère qu'en donnant aux jeunes plus de connaissances, ils auront la capacité de prendre des décisions en toute conscience sur leur sexualité et sur la planification de leur vie.

Pour atteindre cet objectif, l'Unité PVC fut formée en 1992 comme partie intégrante de la stratégie d'information, de communication et d'éducation d'*Action Santé*, développée en collaboration avec C4C. Bien que l'unité vidéo dépende administrativement de l'unité d'information, d'éducation et de communication, elle obtint un espace propre et elle réalise indubitablement des contributions indépendantes du fonctionnement général de l'organisation.

IMPACT SOCIAL

Comme dans d'autres pays, la télévision, la vidéo familiale et les films sont devenus au Nigeria des modes de communication qui jouissent d'une grande popularité et qui ont une grande influence sur les adolescents des zones urbaines. Comme outil d'information, d'éducation et de communication, la vidéo est peut-être le moyen le plus simple à utiliser et le moins coûteux pour les activités de diffusion de l'information.

Les productions vidéo d'*Action Santé* ont été utilisées pour orienter les jeunes et les adultes sur la réalité des problèmes de santé reproductive auxquels sont confrontés les adolescents. Cependant, *Action Santé* estime que sa réussite la plus importante à long terme a été la formation de plus de 30 jeunes en techniques de production vidéo. La formation permet de donner aux jeunes des compétences qu'ils peuvent plus tard développer pour l'amélioration de leur vie et comme un tremplin vers la réussite.

L'Unité PVC a permis de découvrir et cultiver des talents pour la comédie et pour le chant. Ces talents ont été découverts lors des représentations du groupe de théâtre. Par exemple, la comédie musicale « *Sois prudent et autres chansons* » offrit aux jeunes acteurs la possibilité de montrer leur talent devant un public beaucoup plus large et à un rythme beaucoup plus rapide que ce qu'ils auraient obtenu tout seuls. La popularité de l'Unité PVC parmi les jeunes se reflète facilement dans l'enthousiasme manifesté par ceux qui désirent participer aux activités du groupe de théâtre.

Il est évident que les jeunes deviennent de plus en plus créatifs dans leur forme de communiquer. Ceci est un avantage de l'approche participative, puisque les adolescents eux-mêmes réalisent les productions vidéo qui les intéressent, et dont les messages touchent d'autres jeunes en abordant un grand nombre de domaines qui les concernent et qui ont un impact sur leur vie.

« La stratégie de vidéo participative est un bon miroir de la société. Elle montre des gens 'pour de vrai' auxquels le public peut s'identifier. La vidéo est donc plus crédible et plus efficace dans l'obtention de changements d'attitude », affirment Yomi Iyiola-Martins et Netu Ilavbare, de la seconde génération de jeunes formés dans le programme d'*Action Santé*.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Action Santé estime que la vidéo offre des avantages comparatifs sur d'autres médias :

> Le premier avantage relève de son côté attrayant : on se souvient des images plus longtemps que des mots, et les images en mouvements attirent plus l'attention. Le second avantage est sa capacité d'« éduquer-divertir » : la vidéo peut éduquer tout en distrayant. Le troisième avantage est qu'il s'agit d'un média très influent : les leaders politiques qui reçoivent l'information à travers les médias regardent la télévision, les vidéos et les films. Le quatrième avantage est que les vidéos peuvent être vues et revues. Le cinquième avantage est son potentiel de documentation et d'archivage d'images. Enfin, les activités sont aussi participatives : pendant les sessions de vidéo, tous ceux qui sont impliqués dans le processus ont la possibilité de faire des contributions individuelles.

La formation continue d'autres adolescents est une méthodologie qui a garanti la stabilité du projet de vidéo participative. *Action Santé* a pris une sage décision en permettant que le projet soit dirigé par des jeunes sous une supervision minimum des adultes. Les jeunes écrivent les scénarios, font fonctionner les équipements de production et éditent les vidéos.

De plus, pour remplir la fonction de production de messages éducatifs et informatifs, le projet a gardé la troupe de théâtre constituée d'adolescents. Les jeunes eux-mêmes produisent les œuvres théâtrales et les vidéos musicales qui sont par la suite évaluées par un public plus large d'adolescents pour déterminer si les contenus sont adéquats pour eux.

La stratégie de facilitation des discussions encourage l'échange d'expériences entre les participants pour que les uns puissent apprendre des autres. Le public est alors capable d'évaluer ses décisions ou ses actions relatives à la sexualité dans ce genre de forum.

OBSTACLES

Bien que l'Unité PVC d'*Action Santé* ait contribué à ce que les vidéos sur l'éducation sexuelle soient plus accessibles pour les jeunes, les défis sont encore énormes. La vidéo participative peut influencer positivement la vie de petits groupes de jeunes, mais la grande majorité est influencée par l'avalanche de matériel pornographique qui peut être facilement obtenu au Nigeria.

Pour concurrencer en quantité et en qualité les productions qui désinforment la jeunesse, *Action Santé* devrait s'impliquer dans des productions de vidéo professionnelles, ce qui est hors de sa portée et au-delà de sa méthodologie de travail. L'Unité PVC fait la meilleure utilisation possible de son équipement vidéo, mais celui-ci vieillit rapidement. Les caméras vidéo Hi8 et la console d'édition ne peuvent plus produire d'images de haute qualité comparables aux productions des équipements numériques plus modernes. De fait, *Action Santé* s'est vue dans l'obligation de louer des caméras professionnelles pour certaines de ses productions de haute qualité.

RÉFÉRENCES

L'information pour ce chapitre fut fournie par Nike O. Esiet, directrice d'*Action Santé*.

Iyiola-Martins, Yomi et Ilavbare, Netu. *The Mirror of our Lives : participatory video communication in Action Health Incorporated*.

ECONEWS AFRIQUE



Régional, Afrique

FICHE TECHNIQUE

NOM : EcoNews Africa (ENA)

PAYS : Régional, Afrique

OBJECTIFS : Réseau d'information, formation et renforcement organisationnel

LIEU : Nairobi (Kenya)

BÉNÉFICIAIRES : ONG et organisations communautaires en Afrique de l'est

PARTENAIRES : Association for Progressive Communications (APC), Media Institute of Southern Africa (MISA), Zero, et autres

FINANCEMENTS : Humanistic Institute for Co-operation with Developing Countries (HIVOS), NGONET, OXFAM, Panos, Centre international de recherche pour le développement (CIRD), Swedish International Development Agency (SIDA), Both Ends, Netherlands Development Organisation (SNV), Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), Action Aid Kenya, Swedish Society for Nature Conservation (SSNC), Trocaire, Fondation Friedrich Ebert (FES)

MÉDIAS : Multimédia, Internet, courrier électronique, bulletins

ANECDOTES

« *EcoNews Afrique* permet aux organisations non gouvernementales [ONG] et aux organisations communautaires de base [OCB] de s'impliquer activement dans la prise de décisions sur le développement durable grâce à la promotion stratégique et opportune de flux d'informations à tous les niveaux ». — Déclaration de principes d'*EcoNews Afrique*.

De nombreuses ONG et OCB manquent d'une structure associative formelle. Celles qui ont des membres associatifs comptent très peu de membres réellement actifs, en raison de la diversité de leurs intérêts. Le problème principal et récurrent est le manque de vision à long terme, puisque la majorité de ces organisations se sont formées pour répondre à des problèmes à court terme : par exemple le forage de puits pour résoudre le problème de l'eau. Ces organisations ont tendance à être très fragiles ; les plus fortes sont celles qui ont des objectifs unitaires. Leur perspective va au-delà de la satisfaction des besoins de base, des palliatifs à la pauvreté ou du renforcement de la capacité des familles à résoudre leurs problèmes.

Malgré la croissance quantitative des ONG et OCB, leur durée de vie est limitée, ainsi que leur impact. Nombre d'entre elles montrent une capacité limitée d'analyse et d'organisation autour de thèmes structurels. Le manque d'accès à l'information est un des plus grands obstacles dans ce processus. Cependant, la constitution d'alliances commence à donner des résultats.

Les OCB, plus encore que les ONG, ont tendance à faire face à des problèmes de type organisationnel. Les efforts pour s'organiser au niveau communautaire se heurtent à de hauts niveaux d'analphabétisme, qui s'ajoutent à des régulations draconiennes des canaux de communication rurale et à une législation qui inhibe la liberté d'association. La privatisation de l'éducation ne fera rien d'autre qu'empirer cette situation.

Nombre des ONG qui travaillent dans le développement appuient les « riches parmi les pauvres ». L'aide n'arrive pas aux plus pauvres qui manquent totalement de ressources.

En général, les ONG collaborant avec *EcoNews Afrique* dépendent de donations. C'est pourquoi les projets mettent l'accent sur la constitution d'alliances et la mise en commun de ressources pour l'obtention d'un impact plus grand.

DESCRIPTION



EcoNews Afrique (*ENA*) est une initiative non-gouvernementale qui analyse le développement et l'environnement mondial avec une perspective africaine et informe sur les activités locales, nationales et régionales qui contribuent à envisager des solutions globales. Il se propose d'améliorer la diffusion de l'information sur les populations affectées vers les leaders politiques concernés pour promouvoir la participation de groupes de la société civile dans la prise de décisions sur des thèmes liés au développement durable. *EcoNews Afrique* est une organisation non-gouvernementale (ONG) enregistrée au Kenya qui travaille au niveau sous-régional avec des ONG et des OCB au Kenya, en Tanzanie, en Ouganda, à Djibouti, en Érythrée, en Éthiopie, en Somalie et au Soudan.

L'objectif général d'*EcoNews Afrique* est de « promouvoir l'engagement et la participation active de groupes de la société civile dans la gouvernance au niveau sous-régional et au niveau mondial de décision sur des politiques qui affectent l'intérêt national, en particulier sur des thèmes de gouvernance environnementale et macro-économique ».

Les deux aspects qui rendent malaisées les alliances entre les ONG et les OCB sont : l'accès inégal aux ressources, ce qui peu à peu entraîne une absence de responsabilité partagée, et ces alliances opportunistes aboutissent à des engagements inégaux même pour atteindre des objectifs définis conjointement.

L'organisation développe plusieurs programmes :

Le projet *d'Initiatives multilatérales pour le développement* implique la recherche et la documentation d'initiatives externes (en particulier des agences de financement bilatérales et multilatérales) qui fragilisent le développement endogène ; dans cette direction, le projet promeut des activités d'information, de renforcement institutionnel et de mise en réseaux.

Le programme de *Mobilisation communautaire et de combat contre la désertification* est engagé dans le renforcement institutionnel de groupes communautaires en Afrique orientale, contribuant à l'élaboration de plans nationaux d'action qui doivent être mis en œuvre par le gouvernement dans le cadre de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification.

Le programme de *Moyens de communication communautaires* est responsable d'informer et de fournir un appui technique aux communautés pour l'établissement d'un environnement réglementaire adapté et pour la consolidation d'une infrastructure de communication appropriée et efficace.

Le programme *d'Information et de réseaux* encourage l'utilisation d'Internet et des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans la promotion et la gouvernance sur des thèmes liés aux politiques macro-économiques et de développement durable. Il facilite ainsi l'accès opportun et immédiat et l'échange d'informations critiques entre les groupes communautaires concernés et les décideurs au niveau international.

Le programme *d'Apprentissage de l'environnement dans les communautés et les écoles* fait la promotion du développement de la connaissance scientifique et autochtone par les systèmes informels d'apprentissage pour une meilleur gestion de l'environnement.

EcoNews Afrique reçoit l'appui de l'Institut humaniste pour la coopération avec les pays en voie de développement (*Humanistic Institute for Co-operation with Developing Countries*, HIVOS), de NGONET, et de nombreuses organisations internationales. Pendant

la période de 18 mois (1997–1998) couverte par le dernier rapport annuel disponible, *EcoNews Afrique* a déboursé plus de 900 000 dollars en fonds provenant de donations, subventions et souscriptions.

ORIGINES ET CONTEXTE

EcoNews Afrique commença en mars 1992 lors d'une réunion d'ONG où l'on tentait de concevoir une structure efficace d'information et de communication qui pourrait faciliter les flux d'information sur le développement. En juin 1996, *EcoNews Afrique* fut reconnue légalement comme une organisation internationale de volontaires et à but non lucratif.

Wagaki Mwangi d'*EcoNews Afrique*, résume ainsi la problématique :

> S'il n'existe aucune obligation garantissant l'accès universel, on aboutira à une perte de ressources, plus encore de connaissances et de technologies dans les pays en développement en faveur des pays industrialisés. Les contrôles gouvernementaux, qui, jusqu'à présent, entravent le flux des connaissances des communautés vont s'écrouler. Tandis que dans le monde développé, il existe une conscience de la valeur de la connaissance comme étant un bien qui peut être patenté et vendu, dans les pays en voie de développement, cette même conscience n'existe pas. Les disparités entre riches et pauvres vont s'agrandir dans le futur.

Parmi les principaux problèmes on compte les politiques gouvernementales et le contexte réglementaire ; la pauvreté croissante dans les communautés, due en particulier à la réduction du rôle de l'état dans l'éducation, menace la durabilité de tout développement.

IMPACT SOCIAL

La *vision* d'*EcoNews Afrique* a été ainsi formulée :

> Une société dans laquelle les communautés sont centrales dans la prise de décisions sur les problèmes qui les affectent ; où elles contrôlent leur environnement immédiat et ont des choix et des alternatives qui leur permettent d'agir en accord avec leurs propres intérêts ainsi que celui des générations futures.

La collaboration et les alliances entre les groupes qui travaillent sur des thèmes semblables contribuent à minimiser la duplication d'efforts, les litiges et l'animosité qui surgissent dans la compétition pour les ressources financières, et renforcent la bonne volonté. Il est nécessaire de concevoir de meilleures stratégies, en particulier pour partager l'information et la connaissance.

Chacun des programmes d'*EcoNews Afrique* a sa propre plateforme d'information, recherchant le partage de la connaissance et l'élargissement de l'influence des propositions novatrices. En plus d'échanges avec les organisations les plus influentes dans les politiques macro-économiques (Organisation mondiale du commerce, Banque mondiale, Banque Africaine de développement, Organisation pour la coopération économique et le développement, Fonds monétaire international), le programme d'*Initiatives multilatérales pour le développement* fait de la recherche et diffuse une publication trimestrielle « *Observateur du développement* » (*Development Watch*), où sont analysées les tendances du développement multilatéral.

Le programme de *Mobilisation communautaire et de combat de la désertification* a aidé des groupes du Kenya, de Tanzanie et d'Ouganda, à s'organiser en Comités de coordination des ONG (*National NGO Coordinating Communittees*, NCCDs). En collaboration avec *EcoNews Afrique*, le Centre international de liaison environnementale (Environmental Liaison Centre International, ELCI) a élaboré un guide en swahili pour aider les communautés à comprendre le contenu de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification (UNCCD). De plus, il produit et distribue le bulletin *Jangwa*, sur des thèmes de gouvernance dans le contexte du développement des zones arides. Son caractère spécifique fait de lui un outil efficace dans le suivi de la mise en œuvre de la convention.

Le programme de *Moyens de communication communautaires* a évolué pour devenir une organisation autonome, avec son propre financement qui appuie les réseaux communautaires de groupes de communication et soutient le développement de leur capacité et de leur organisation. C'est un membre important du Réseau de médias communautaires de l'Afrique orientale et méridionale (*Community Media Network of East and Southern Africa*, COMNESA), qui s'est concentré sur la promotion d'un contexte réglementaire favorable aux moyens de communication communautaires. De plus, il produit pour *EcoNews Afrique* le bulletin *Community Media News*.

MÉDIAS ET MÉTHODES

La stratégie d'*EcoNews Afrique* consiste à soutenir le renforcement institutionnel des ONG et des OCB pour qu'elles puissent se positionner efficacement par rapport aux politiques et stratégies de développement tant au niveau national qu'au niveau international. Pour ce faire, *EcoNews Afrique* se concentre sur les obstacles structurels, organisationnels et culturels. La portée des programmes inclut des actions de recherche, de diffusion d'informations, de promotion, de renforcement institutionnel et de développement de réseaux. Les activités centrales consistent dans la formation d'alliances stratégiques, le renforcement des capacités d'information et de communication des groupes associés dans le contexte de leurs activités, le partage

des informations et des expériences ainsi que la recherche et l'analyse politique.

« Les communautés elles-mêmes définissent le système de communication adapté à travers des activités de mobilisation. *EcoNews Afrique* apporte simplement un appui technique pour adapter les technologies de communication qui n'étaient pas originellement conçues pour ce type de personnes », explique Wagaki Mwangi, coordinateur exécutif d'*EcoNews Afrique*.

Les méthodes utilisées comprennent :

- L'accès immédiat des ONG et fonctionnaires gourvernementaux à l'information sur les processus mondiaux qui affectent les politiques nationales.
- La participation croissante des ONG locales dans l'organisation des campagnes défendant leurs intérêts.
- La reconnaissance que les communautés auparavant marginalisées peuvent accéder à Internet et aux nouvelles technologies de l'information, via l'établissement de télécentres (promis par l'UNECA et le CIRD entre autres) pour le bénéfice des communautés dans toute l'Afrique.

OBSTACLES

Les groupes qui prônent des changements s'attirent fréquemment les foudres du gouvernement, tandis que les ONG qui se concentrent sur un travail humanitaire et de développement d'infrastructures sont moins vulnérables aux intimidations. Cependant, leurs coûts d'opération sont très élevés et requièrent une base solide de financement. Ces facteurs ainsi que la méfiance qui existe entre les ONG elles-mêmes et entre les ONG et les bailleurs de fonds, constituent pour le travail des ONG un grand défi.

Très peu d'ONG dans la région s'engagent dans la promotion des échanges intersectoriels. Plus rares encore sont les organisations qui développent des analyses de l'impact des politiques mondiales sur les politiques nationales.

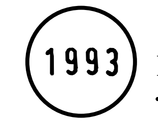
RÉFÉRENCES

Ce chapitre est basé sur l'information fournie par Wagaki Mwangi, coordinateur exécutif d'*EcoNews Afrique* et Lynne Muthoni Wanyeki. Un premier jet de ce chapitre fut élaboré pour la réunion « Communication for Social Change » qui eut lieu au Cap en octobre 1998. Des extraits furent publiés dans *Communication for Social Change : A position paper and conference report*. New York, The Rockefeller Foundation, 1999.

Le rapport annuel 1997–1998 fut consulté lors d'une visite dans les bureaux d'*EcoNews Afrique* à Nairobi, ainsi que des bulletins et publication des ONG mentionnées dans le texte.

Le site Web d'*EcoNews Afrique* offre des informations additionnelles sur les activités, projets et organisations associés : http://www.web.net/~econews/

NALAMDANA



Inde

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Nalamdana
PAYS :	Inde
OBJECTIFS :	Santé de la mère et de l'enfant, SIDA/VIH
LIEU :	Zones rurales, urbaines et péri-urbaines de Tamil Nadu
BÉNÉFICIAIRES :	Population tamoule de Tamil Nadu
PARTENAIRES :	Society for Natal Effects on Health in Adult Life (SNEHA), Cancer Institute, Tamil Nadu State AIDS Control Society, India (TNSACS), Integrated Rural Development Trust (IRDT) et ONG régionales
FINANCEMENT :	Fondation Ford, Actionaid, UNICEF-Chennai, Tamil Nadu State AIDS Control Society (TNSACS), AVT Group of Companies
MÉDIAS :	Théâtre, cassettes audio et vidéo

ANECDOTES

Tous les matins, Lingesan ouvre sa « boutique » dans le quartier de Vysarpadi : il est le propriétaire d'une planche à repasser mobile, c'est-à-dire une table à roulettes et une boîte en fer remplie de charbons incandescents. Tous les matins, il récupère des vêtements à repasser des maisons voisines. Tout en repassant soigneusement les « rides » des vêtements du quartier, il médite sur les rides des vies qui l'entourent. Et à mesure que le jour avance, il garde sa bonne humeur en composant des chansons dans le style gana, propre aux quartiers pauvres de Chennai. Il chante tout en repassant et chante parfois pour les autres.

Un jour, il a entendu parler des représentations de rue de Nalamdana*. Encouragé par un ami, il est allé y proposer ses services et telle ne fut pas sa surprise d'apprendre que* Nalamdana *utilisait déjà des chansons gana pour faire passer des messages à contenu social aux gens des quartiers et des villages.* Nalamdana *lui a demandé de composer une chanson sur le*

SIDA/VIH. Bien qu'il ait déjà eu entendu parler du SIDA, la discussion avec Nalamdana *l'a fait réfléchir pour la première fois sur la perception de la société des malades atteints du SIDA. Ému, il écrivit une chanson sur les soins nécessaires et la protection de ceux qui ont été touchés par la maladie.*

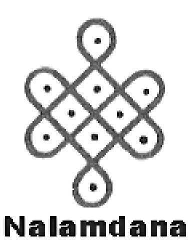
Nalamdana *l'invita à enregistrer sa chanson et le surprit en lui demandant de la chanter lui-même. Dix chansons composées spécialement sur le SIDA/VIH étaient en train d'être enregistrées, faisant partie des nouveaux matériels d'Information, d'éducation et de communication (IEC). Divers interprètes connus de musique de film tamoule furent invités à chanter pour des cachets réduits avec pour objectif la large diffusion d'un disque populaire et commercialisable sur le SIDA.*

Lingesan enregistra sa chanson accompagné seulement d'une tabla (instrument rythmique). Comme il n'était pas habitué au studio d'enregistrement, on lui permit de garder l'instrument dans la même pièce lui évitant ainsi d'utiliser des écouteurs qui lui paraissaient peu confortables. Une seule prise fut suffisante pour enregistrer intégralement la chanson.

Pour le lancement du disque, des chanteurs, des directeurs musicaux et des invités spéciaux étaient réunis. Lingesan était très fier d'être un invité spécial.

La vie de Lingesan continue comme avant : tous les jours, il repasse des vêtements, il compose et chante, et, en plus, il travaille avec Nalamdana *pendant son temps libre.* — Extraits d'un texte écrit par des membres du groupe *Nalamdana*.

DESCRIPTION



Nalamdana signifie « Tu vas bien ? ». C'est, de plus, le nom d'une organisation formée en 1993 par des jeunes de diverses disciplines, dont l'intérêt commun était le théâtre. *Nalamdana* considère que le spectacle est un canal de transmission des informations sur des thèmes sociaux très sensibles. Sa mission est de proposer une éducation à la santé et de promouvoir des habitudes de prévention à travers le divertissement : théâtre communautaire, groupes de discussion et chansons à message.

Le logo de l'organisation représente l'approche communautaire et l'accent est mis sur la santé : un simple *kolam* ou *rangoli*, un symbole qui représente la journée type d'une femme dans un foyer tamoul traditionnel, lavant la cour de la maison et décorant l'entrée de ce même symbole dessiné avec de la farine de riz. C'est le premier signe de bienvenue que le visiteur découvre dans une maison tamoule. Il symbolise aussi la nécessité de la propreté, de la santé et de l'hygiène pour toute la famille. Plus encore, il représente la force des gens qui s'unissent autour d'une vision commune.

Les efforts de *Nalamdana* se concentrent sur deux domaines : a) une large diffusion des messages de prévention, pour que les gens puissent prendre des décisions conscientes sur leur santé, et b) la formation de leaders locaux qui peuvent mobiliser la masse critique nécessaire pour obtenir des changements visibles. Le groupe réalise des activités de :

- Recherche, rédaction de scénarios et montage de pièces de théâtre dans les communautés pour faciliter la prise de conscience sur des thèmes clés de santé et induire des changements positifs de comportement ;
- Élaboration de pièces de théâtre pour la télévision sur des problèmes sociaux ;
- Préparation de matériels d'information, d'éducation et de communication pour provoquer une prise de conscience et des changements de comportement ;
- Réalisation de stages de formation sur le Sida et les maladies sexuellement transmissibles, en particulier pour les femmes et les hommes analphabètes ;
- Collecte de fonds pour les bourses d'études de *Nalamdana* et leur distribution ;
- Formation d'étudiants aux techniques de théâtre communautaire.

Nalamdana utilise des méthodes innovantes de communication pour transmettre les messages sur le VIH/SIDA à des publics semi-analphabètes des quartiers et des villages pauvres de Chennai. Pour toucher efficacement la population cible, il a développé un style théâtral unique, inspiré des styles populaires de cinéma du Tamil Nadu.

Les représentations attirent des publics de 700 à 1 000 personnes, d'âge, de sexe et de profession différents. Le répertoire compte trois œuvres sur le VIH/SIDA et d'autres sur la prévention du suicide, le cancer, l'analphabétisme, l'hygiène et la santé en générale. Entre novembre 1996 et mai 1998, des œuvres ont été montrées dans 111 quartiers devant un public total de 200 000 personnes. Les représentations de *Nalamdana* ont probablement touché un demi-million de personnes.

Nalamdana recrute des acteurs et des actrices dans les communautés. Pendant les représentations, les gens ont la possibilité de montrer leur talent sur des scènes improvisées. Les communautés se sentent ainsi plus proches dans le processus, la présence d'acteurs de communautés comme la leur permettant que les messages soient transmis d'une manière spécifique à leur micro-culture. De plus, cette meilleure compréhension des croyances et des traditions communautaires donne à *Nalamdana* la possibilité de développer des messages plus adaptés.

Les cassettes audio sont un nouvel outil introduit par *Nalamdana* en appui à d'autres méthodes. Deux mille copies de la première cassette ont été distribuées en à peine quelques mois. Les paroles ont été écrites par le personnel de *Nalamdana* et les membres des communautés et les chansons ont été interprétées par les artistes connus du Tamil Nadu.

ORIGINES ET CONTEXTE

L'Inde et son milliard d'habitants est, avec les nations les plus pauvres d'Afrique sub-saharienne, l'unique région de la planète où encore 50 % des décès sont dus à des maladies infectieuses qui peuvent être totalement évitées. Les statistiques sont impressionnantes : 53 % des enfants de moins de 5 ans souffrent de malnutrition, 53 % de la population vit en dessous du seuil de pauvreté et à peine la moitié de la population indienne sait lire.

Chennai est la capitale du Tamil Nadu. Elle a une population de 6,6 millions d'habitants dont 30 % vivent dans des quartiers pauvres situés le long des voies ferrées et des égouts. L'influence du cinéma et de la télévision est telle que quatre des principaux ministres de Tamil Nadu viennent de l'industrie du film. Chennai est le siège d'au moins quatre chaînes de télévision par satellite qui diffusent une programmation en tamoul, 24 heures sur 24. Connaissant cet intérêt pour les médias audiovisuels, *Nalamdana* a décidé d'utiliser le théâtre pour toucher son public.

Nalamdana fut fondé par Uttara Bharath en 1993 avec des fonds de la Fondation Echoing Green de New York. Un acteur de Madurai, R. Jeevanandham, participa à une représentation de rue expérimentale sur la santé générale. Les réactions furent si positives que l'acteur déménagea à Madurai pour fonder *Nalamdana* avec Uttara Bharath. Depuis, *Nalamdana* a atteint plus d'un demi-million de personnes à travers le théâtre de rue et bien plus encore à travers les mass-médias.

IMPACT SOCIAL

Une évaluation des activités théâtrales de *Nalamdana* a mis en évidence que les représentations avaient eu pour résultat d'obtenir une plus grande prise de conscience sur la problématique du VIH/SIDA. Avant de voir la pièce, le public avait une connaissance relativement précise sur la maladie, mais un moindre niveau d'information sur les idées fausses propagées autour du VIH/SIDA. La pièce de théâtre a contribué à réduire les idées fausses et elle a de plus favorisé le développement d'une attitude plus tolérante en faveur des individus séropositifs.

La désinformation sur le VIH/SIDA était considérable avant l'intervention. L'analyse des sondages montra qu'il y avait des différences notables entre les communautés : dans les quartiers pauvres, la connaissance sur le VIH/SIDA était plus basse que dans les quartiers mieux lotis. C'est dans ces quartiers pauvres que, grâce à l'influence des pièces de théâtre, le développement sur les connaissances du VIH/SIDA fut le plus rapide. La brèche existant entre les différents niveaux de connaissance peut être réduite avec des interventions comme celles du théâtre communautaire, qui interpellent le public et diffusent l'information d'une manière facile à comprendre.

Les mises en scène peuvent être utiles dans une grande diversité de contextes. Il est très difficile de mesurer si les changements dans le comportement sont la conséquence directe d'une plus grande compréhension ; cependant l'information précise sur les cliniques où l'on peut se rendre, sont des étapes essentielles dans le processus qui mène aux changements de comportement. Les représentations de théâtre interactif dans les rues facilitent ce processus.

Les pièces de théâtre contribuèrent aussi au changement d'attitude déclaré envers les individus séropositifs. En raison de la nature stigmatisante du VIH, ce changement d'attitude déclaré est très important, en particulier dans des zones à faibles revenus.

Le théâtre stimule le public et les motive pour faire face aux problèmes de façon volontariste, dans la mesure où il diminue l'inconfort qui est associé aux discussions sur le SIDA.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Les mass-médias ne sont pas aussi efficaces pour susciter l'émotion que le contact personnel. Ils peuvent informer sur le VIH/SIDA, mais de par la nature stigmatisante de la maladie, ils sont moins efficaces pour persuader le public de traiter avec bienveillance les individus séropositifs. D'autre part, la programmation des mass-médias n'est pas interactive et elle n'est pas adaptée aux nécessités des communautés.

Le théâtre est un art populaire en Inde depuis des siècles. Traditionnellement, on l'utilisait pour mettre en scène des narrations mythologiques et religieuses. Plus tard, on l'adapta pour traiter des thèmes sociaux et politiques. Les styles symboliques et abstraits évoluèrent différemment selon les régions. *Nalamdana* a adopté un style unique de théâtre de rue qui base sa technique sur le style populaire du cinéma tamoul pour obtenir ainsi un impact plus grand.

On peut affirmer avec rigueur que le théâtre de rue est un moyen idoine pour diffuser l'information sur la santé et sur les thèmes sociaux très sensibles. Les œuvres peuvent être modifiées pour être appropriées à la culture et adaptées au contexte. Le théâtre offre un forum public et ouvert pour la communication. C'est de plus un moyen idéal pour toucher des groupes bien définis et obtenir un feedback immédiatement.

Les représentations de *Nalamdana* commencent avec des jeux et des divertissements, pour attirer le public, suivis de la représentation de la pièce. À la fin, les acteurs, qui ont été spécialement formés pour proposer une orientation sur le VIH/SIDA, posent des questions au hasard et conseillent les spectateurs. En même temps, on donne des informations sur les cliniques les plus proches pour le dépistage du SIDA. Les représentations dramatiques sont particulièrement efficaces quand elles sont accompagnées de conseils personnalisés.

OBSTACLES

Les problèmes de caste ont beaucoup d'influence sur la culture tamoule, et il est fréquent que lorsque les membres de *Nalamdana* arrivent dans un village éloigné, ils le trouvent soumis aux conflits de caste. Parfois, le résultat est que les conflits dérapent en agressions violentes contre les acteurs de *Nalamdana*, qui doivent être prêts à improviser à tout moment afin de tirer avantage de toute situation et transmettre des messages. Dans les quartiers pauvres des zones urbaines, les problèmes sont liés à des explosions de violence causées par l'alcoolisme et les rivalités locales.

Étant donné que *Nalamdana* se concentre avant tout sur les publics analphabètes des quartiers et des villages, le groupe a pris l'option de créer des pièces de théâtre simples, directes et contemporaines. Les arguments se rapportent à des situations quotidiennes avec lesquelles le public peut s'identifier facilement. L'efficacité est en relation directe avec la qualité et le talent des acteurs impliqués. Là où l'on fait la promotion de thèmes de santé qui sont controversés, les acteurs eux-mêmes doivent être préalablement préparés. Il n'est pas facile de rencontrer des acteurs aussi engagés et expérimentés.

RÉFÉRENCES

Informations fournies par Uttara Bharath, Nithya Balaji et Tara Thiagarajan.

Valente, Thomas W. PhD et Bharath, Uttara, MHS. *An Evaluation of the Use of Drama to Communicate HIV/AIDS Information*. Johns Hopkins University.

Bharath, Uttara, MHS., Balaji, Nithya, B.Sc et Jeevanandham, R., M.Com. *Evaluating Drama That Imparts Information*.

Le site Web de *Nalamdana*: http://www.nalamdana.org/

RADIO ZIBONELE



Afrique du Sud

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Zibonele
PAYS :	Afrique du Sud
OBJECTIFS :	Santé et développement communautaire
LIEU :	Khayelitsha, Le Cap
BÉNÉFICIAIRES :	Près de 120 000 auditeurs
PARTENAIRES :	Institute for the Advancement of Journalism, National Community Radio Forum, Deutsche Welle Radio Training Centre, National Progressive Primary Health Care Network's (NPPHCN), Vuleka Production
FINANCEMENT :	Open Society Foundation of South Africa, Vuleka Production
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Au début, le public de *Radio Zibonele* a cru que quelque chose de « magique » était en train de se produire : *« Pendant la première transmission illégale, une vieille femme reconnut la voix de l'animateur. Elle fut fascinée et stupéfaite. Elle se rendit ensuite à la station pour demander comment il était possible que la voix de son ami sorte de la radio. Comment avaient-ils fait pour le mettre dedans ? »*

L'autorité de *Radio Zibonele* dans le traitement des problèmes locaux et son prestige ont contribué à résoudre nombre de problèmes sociaux. *« Un mardi matin, le directeur de la station, Vusi Tshose, fut informé qu'une grève éclaterait dans les écoles pour protester contre les classes surpeuplées. Il appela le Ministre de l'éducation, se proposa comme médiateur entre les différents acteurs impliqués dans le problème et ils se réunirent le mercredi et le jeudi. Le vendredi, ils annoncèrent par radio qu'ils étaient arrivés à un accord pour éviter la grève. »*

Un autre exemple : *« Lorsque plusieurs compagnies de taxi rivales se trouvèrent en litige, leurs représentants furent invités à exposer leur cas*

à la radio et à demander à la communauté comment elle voulait que le service fonctionne. »

La station a soutenu des activités éducatives sur des thèmes culturels et environnementaux, prônant la participation populaire dans des actions qui profitent à l'ensemble de la communauté : « Radio Zibonele *organisa une campagne de propreté dans la communauté de Khayelitsha en association avec une entreprise et avec les autorités locales qui fournirent des sacs poubelle, des gants, un camion et des rafraîchissements pour les participants. Huit mille jeunes se donnèrent rendez-vous un samedi matin pour ramasser les ordures. »*

S'aider soi-même est le thème sous-jacent de *Radio Zibonele*. Vusi Tshose considère qu'il ne tient qu'aux gens d'obtenir que Khayelitsha soit un endroit où il fait bon vivre *: « Personne ne va tomber du ciel pour nous aider. La station veut garantir que toutes les personnes soient en sécurité et en bonne santé, de l'individu à la famille, de la famille à la communauté. »*

Comme le dit un des animateurs volontaires : *« S'il y a un coup de feu, on l'entend ici. Si l'électricité est coupée, elle l'est aussi pour nous. »*

— D'après des anecdotes rapportées par Gabriel Urgoiti, fondateur de *Radio Zibonele*.

DESCRIPTION



Radio Zibonele est née en 1993 à Khayelitsha. C'était une station artisanale que l'on pouvait ranger sous un lit d'hôpital, à l'intérieur d'un vieux container qui tenait lieu de clinique au Centre communautaire de santé de Zibonele.

Au début, tous les mardis matin pendant deux heures, les émissions illégales de la radio touchaient approximativement une audience de 20 000 personnes dans la communauté de Griffith Mxenge à Khayelitsha. Chaque fois que *Radio Zibonele* sortait sur les ondes, elle le faisait avec un équipement de fabrication maison : un émetteur, une source d'énergie, un amplificateur, une console de mixage de son et un *ghetto blaster* (radiocassette). Les fonds qui permirent l'installation de la radio ne dépassaient pas 2 500 rands ; à quoi devaient s'ajouter 1 500 rands [*1 dollar US équivaut à 6.9 rands*] pour que la radio puisse fonctionner pendant un an, en émettant à peine une fois par semaine.

Le 2 août 1995, *Radio Zibonele* sortit sur les ondes pour la première fois légalement. Vers 1999, elle comptait neuf employés et un groupe d'environs 40 à 70 volontaires des communautés voisines. L'âge des volontaires allait de 10 à 50 ans ; beaucoup d'entre eux n'étaient pas passés par le système d'éducation formelle. Ceci est un des héritages de l'ère de l'Apartheid, notoire pour ses injustices. Pour continuer à faire fonctionner *Radio Zibonele*, il était indispensable de concevoir des sessions de formation permanente et de renforcement institutionnel.

Le résultat fut la création d'un groupe d'animateurs expérimentés qui se consolida et qui maintenant, à son tour, en forme d'autres régulièrement. La formation et le développement du personnel englobent une large base de connaissances qui accorde une attention spéciale aux aires de compétences de technique radio, d'administration, de budget et de gestion financière, de recherche, de marketing, de publicité et de recherche de fonds.

L'obtention d'une licence transforma *Radio Zibonele*. Cette petite radio illégale qui émettait à peine deux heures par semaine dans la communauté de Griffith Mxenge, devint une station couvrant toute la communauté de Khayelitsha. *Radio Zibonele* élargit ses diffusions à trois fois par semaine, cinq heures par jour pendant les premiers mois. Cependant, la demande croissante des auditeurs pour augmenter encore le temps de transmission poussa la station à relever le défi d'émettre cinq jours par semaine, 19 heures par jour. Ce qui représenta une énorme augmentation.

Un des objectifs de *Radio Zibonele* était de devenir une radio communautaire autosuffisante. Entre 1994 et 1995, la station reçut l'appui du Centre de formation et de médias (*Media and Training Center*, MTC) du Réseau national de soins de santé primaires progressifs (*National Progressive Primary Health Care Network*, NPPHCN). D'autre part, elle reçut une subvention de l'Open Society Foundation for South Africa, pour l'achat d'équipements appropriés et pour l'insonorisation et l'aménagement du container où fonctionne aujourd'hui encore la radio.

Pour améliorer les possibilités d'autosuffisance de *Radio Zibonele*, le MTC du NPPHCN organisa une session intensive de formation, de soutien et de développement institutionnel.

Depuis 1996, *Radio Zibonele* fonctionne avec des fonds propres, grâce aux revenus perçus à travers la publicité, les parrainages de programmes et les donations. La station est devenue une station de radio à part entière, avec une programmation variée qui inclut des thèmes de la communauté et du sport, de la musique et des programmes sur les femmes, des informations nationales et locales, et des programmes pour les enfants, ainsi que des messages sur les soins de santé primaire qui contribuent à maintenir la communauté informée et en bonne santé.

ORIGINES ET CONTEXTE

Khayelitsha est un *township* péri-urbain situé à 26 kilomètres de la ville du Cap, où vivent 300 000 personnes dont la langue maternelle est le xhosa. La population a grossi suite aux déplacements forcés qui eurent lieu du temps de l'Apartheid. Khayelitsha est une communauté paupérisée avec un indice élevé de chômage et d'analphabétisme. Les conditions et les services de santé publique sont très précaires. Les programmes des agents de santé communautaires ont rempli une fonction fondamentale en fournissant les services de soins de santé primaire durant l'Apartheid. Le Centre communautaire de santé de Zibonele fut l'un de ces programmes communautaires établis en vertu de l'alliance entre la communauté de Griffith Mxenge, l'Unité de soins de l'enfant, le Département de santé de la communauté et l'Organisation de santé et bien-être des étudiants de l'université de la ville du Cap (*University of Cape Town*, UCT).

Vers 1993, Khayelitsha traversait une étape de malaise et de violence politique. La possibilité de toucher la communauté, grâce à la radio, surgit comme une alternative adéquate en raison de l'indice élevé d'analphabétisme et du fait que les gens possédaient ou avaient accès à un récepteur radio.

Au début, l'objectif de la station était de renforcer les actions de communication et d'éducation personnalisées que développaient les agents de santé communautaires dans le Centre communautaire de santé de Zibonele. De plus, on voulait mettre en place une radio communautaire qui pourrait rendre service à la totalité de la population de Khayelitsha.

Cependant, l'état, instigateur de l'Apartheid, avait encore le monopole des fréquences radio, et il n'était pas possible d'accéder à celles-ci de manière légale. La décision de faire des transmissions clandestines fut prise en se basant sur l'idée selon laquelle le peuple y avait droit. Les membres de la communauté ne considéraient pas le gouvernement comme légitime ni comme véritable représentant de leurs intérêts.

Une étape significative fut franchie lorsque l'Agence indépendante de radiodiffusion (*Independent Broadcasting Authority*, IBA) accorda à *Radio Zibonele* une licence temporaire comme radio communautaire qui lui permit de travailler comme une station légitimement établie. Le 2 août 1995, elle commença légalement ses émissions sur 98.2 FM pour toute la communauté de Khayelitsha.

IMPACT SOCIAL

En tant que pionnière de la radio communautaire en Afrique du Sud, *Radio Zibonele* joua un rôle significatif. Elle appliqua les expériences gagnées au long de son histoire d'engagement communautaire au travers des processus de participation et fit la promotion du concept de radio communautaire dans le pays.

Radio Zibonele a montré que les communautés peuvent se renforcer et assumer la responsabilité de leur propre développement, en utilisant la radio comme un moyen. Les habitants de la communauté ont accès à *Radio Zibonele* et utilisent cette opportunité pour exprimer leurs opinions sur la programmation, ainsi que pour participer activement à l'élaboration des programmes.

Une des réussites de *Radio Zibonele* est la démystification des moyens d'information. Ceci fut obtenu grâce au processus de participation de la communauté dans la radio. N'importe qui, avec un minimum de formation de base et d'appui, a la capacité d'émettre, de travailler derrière une console de son et de produire des programmes.

Radio Zibonele eut du succès dans cette entreprise malgré le fait que tous les volontaires ne savaient ni lire ni écrire et n'avaient pas reçu d'éducation formelle. Le message est convainquant : « Il n'est pas nécessaire d'être un expert en technologie de radio ; ce qui est indispensable c'est la détermination et un profond sens de l'engagement. »

MÉDIAS ET MÉTHODES

La philosophie qui sous-tend *Radio Zibonele* est celle d'une station communautaire. Cela signifie que la radio est la propriété de la communauté de Khayelitsha et est administrée par elle. De plus, la communauté participe à la programmation de la radio. *Radio Zibonele* est une station à but non lucratif qui répond aux nécessités et priorités exprimées par la communauté et elle est responsable devant les structures locales légitimes.

Une assemblée générale annuelle qui représente la communauté de Khayelitsha choisit le conseil d'administration pour assurer le suivi et la supervision du fonctionnement de la station en syntonie avec ses buts et objectifs. Il existe de plus un conseil général qui comprend les membres de la station et les membres de la communauté.

La culture, la philosophie et l'approche utilisées pour mettre en œuvre et promouvoir toutes les activités grâce à la participation communautaire et l'engagement de la communauté ont sans doute été la principale garantie du succès de *Radio Zibonele* comme station de radio communautaire. La concrétisation de cette philosophie fut un processus qui demanda beaucoup de temps et progressa lentement. La récompense et le bénéfice de cette approche permirent un vrai renforcement des individus qui y participèrent.

Depuis ses débuts en 1993, *Radio Zibonele* a développé une approche participative dans l'élaboration et la production de programmes. Les agents de santé communautaire discutaient des contenus et du format de chaque programme sur la santé avec les membres de la communauté. Pendant les stages de formation, les promoteurs de santé s'assuraient que le contenu des programmes était adéquat et pertinent pour le public.

Un large éventail d'approches méthodologiques fut utilisé pour produire les programmes. Certains exemples incluaient des chansons sur la santé, des jeux de rôles sur des problèmes et des thèmes de santé courants dans la communauté, des contes et de la poésie.

OBSTACLES

Radio Zibonele émit clandestinement pendant un an. Pendant cette période, elle dut faire face à divers obstacles, parmi lesquels les restrictions financières, la violence dans la zone et peut-être le plus important, son statut de radio communautaire illégale. Le tout exacerbé par la peur constante que la station subisse la répression et les attaques des forces de sécurité.

En mars 1994, l'entité régulatrice des moyens d'information, l'IBA, fut créée. Dès sa fondation, l'IBA demanda à toutes les stations illégales qu'elles suspendent leurs émissions pour que le processus de légalisation des stations puisse commencer. En réponse à cette demande, *Radio Zibonele* cessa d'émettre le 27 avril 1994. Cette date coïncida avec la tenue des premières élections libres et démocratiques dans l'histoire de l'Afrique du Sud. Pendant cette période, une prise de conscience généralisée se produisit dans les communautés, quant à leur participation dans le processus de réorganisation du pays.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre s'appuie sur le texte *Brief Information Summary on Radio Zibonele* écrit par Gabriel Urgoiti en juillet 2000, ainsi que sur des échanges par courrier électronique avec lui et avec Vusi Tshose, directeur de la station.

Siemering, Bill, Fairbairn, J. et Rangana, N. *Community Radio Stations in South Africa : Six Case Studies.* Open Society Institute for South Africa.

TÉLÉVISION SERRANA



Cuba

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Televisión Serrana (TVS)
PAYS :	Cuba
OBJECTIFS :	Éducation, enfance, développement communautaire
LIEU :	Municipalité de Buey Arriba (Sierra Maestra)
BÉNÉFICIAIRES :	Enfants, population générale
PARTENAIRES :	Asociación Nacional de Pequeños Agricultores (ANAP), Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT)
FINANCEMENT :	Programme international pour le développement de la communication (PIDC/UNESCO), Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF)
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

« Je vais vous raconter comment notre Sierra Maestra est. Ici, on a de grandes montagnes et des rivières cristallines, on a beaucoup de fruits, des mangues et des ananas, et beaucoup d'animaux, des vaches, des poules, des canards, des mules, des chevaux et des oiseaux de toutes sortes […]. Presque tous ici sont paysans, ils se lèvent très tôt pour travailler dans leurs parcelles […]. Grâce à eux nous avons à manger […]. »

L'une après l'autre, les voix des enfants ajoutent des détails à la description de leur environnement. Tous sont des enfants de 8 à 12 ans qui envoient une *video-carta* (vidéo-lettre) depuis les lointaines collines de la Sierra Maestra aux enfants du Guatemala.

Tandis qu'ils parlent, la caméra montre les montagnes aux alentours, les forêts, les animaux et les fleurs, le hameau, l'école, les paysans travaillant la terre … des enfants qui jouent et des enfants qui travaillent …

Vers la fin de la vidéo-lettre, ils commencent aussi à poser des questions. Ils veulent savoir comment vivent les enfants du Guatemala, ils espèrent recevoir une réponse :

« Je veux savoir si vous avez aussi des rivières, des lacs et des montagnes », dit une petite fille face à la caméra.

« Je veux savoir quels types de fleurs poussent là-bas, parce que j'aime beaucoup les fleurs et j'en apporte toujours à ma sœur », ajoute un écolier.

« Si vous venez nous rendre visite, on vous montrera comment est la vie dans la Sierra Maestra », dit une autre.

Garçons et filles parlent devant la caméra avec naturel, cela n'est pas la première fois qu'ils le font. Ils ont appris à vivre avec une caméra vidéo qui est présente dans la communauté tous les jours. En quelques années, depuis que le projet de *Télévision Serrana* a commencé, la population s'est familiarisée avec les caméras vidéo, en particulier les enfants, puisque la majeure partie du travail se fait avec eux et pour eux.

La vidéo à *Télévision Serrana* est un outil d'éducation, un instrument pour renforcer l'identité culturelle et aussi un moyen de communiquer avec d'autres communautés, dans d'autres endroits de Cuba et du monde.

DESCRIPTION



Télévision Serrana est un projet communautaire de vidéo et télévision fondé au cœur de la fameuse Sierra Maestra, à Cuba. Il a son siège dans la petite communauté de Yao, à Buey Arriba, territoire habité par environ 32 000 personnes, dont 63 % vivent dans des zones rurales et travaillent dans les champs de café.

En janvier 1993, plusieurs institutions unirent leurs efforts pour parrainer le projet. L'UNESCO fournit des fonds de départ et une assistance technique, et le gouvernement cubain, à travers l'Institut cubain de radio et de télévision (ICRT), contribua en personnel et en formation. Le vrai « propriétaire » de l'expérience est l'Association nationale de petits agriculteurs (ANAP), une organisation non gouvernementale. Vers 1999, *Télévision Serrana* reçut aussi l'appui de l'UNICEF.

Un petit groupe de cinéastes, équipé de matériel vidéo à faible coût, dirige ce projet, qui a pour ambition de « sauver la culture des communautés paysannes » dans la région, et de « faciliter la communication alternative pour que les communautés puissent faire partager leur vie quotidienne et participer à la recherche de solutions sur les problèmes qui les affectent ». *Télévision Serrana* est engagée dans un processus d'« éducation pour la communication » qui prône l'utilisation de la vidéo à des fins sociales et éducatives, et la promotion culturelle dans les zones montagneuses d'accès difficile, pour contribuer au renforcement de la capacité des communautés à agir sur leur propre réalité.

Pour atteindre ses objectifs, *TVS* produit des documentaires et des reportages vidéo, sans pour autant exclure d'autres formats possibles. La culture et l'identité, l'éducation, la santé publique, l'environnement, les problèmes hommes/femmes et les droits de l'enfant sont certains des thèmes traités dans ces productions.

Pour permettre le fonctionnement autonome de ces activités, *Télévision Serrana* propose divers services à la population, principalement des stages de formation par l'intermédiaire du Centre d'études pour la communication communautaire (CECC), créé en 1996. Cette institution fournit des services de formation et de conseil comme outils du développement participatif et de communication démocratique. La maison qui abrite *Télévision Serrana* possède une salle de réunion, une bibliothèque et peut loger jusqu'à dix personnes.

Télévision Serrana propose également des services de transferts et de copies de cassettes vidéo du ou vers les formats Beta, VHS et Super VHS.

Bien que, comme son nom l'indique, le projet aspire à devenir une chaîne de télévision, jusqu'à présent, il a fonctionné seulement comme une unité de production et de diffusion de vidéos. Outre la production de près de trois cents documentaires et reportages, le projet a établi sa présence dans le domaine communautaire. On amène fréquemment des écrans, des magnétoscopes et des générateurs électriques dans les communautés les plus reculées de la Sierra Maestra pour projeter les productions vidéo les plus récentes.

Une des principales activités du projet est la production de vidéo-lettres que les enfants de la Sierra Maestra adressent à d'autres enfants de Cuba et du monde. Les enfants sont les protagonistes de ces témoignages documentaires dans la mesure où, d'abord, ils racontent leur vie quotidienne et décrivent la nature qui les entoure, leur école, leurs jeux, leurs familles, etc. et, ensuite, posent des questions aux enfants qui « recevront » la vidéo-lettre quelque part dans le monde. Certaines sont spécifiquement adressées à un groupe d'enfants, par exemple « aux enfants du Guatemala ». Ainsi, cet outil de communication porte en lui-même un mécanisme qui garantit la réponse.

ORIGINES ET CONTEXTE

« Avant la Révolution Cubaine, dans cette région, seul le silence régnait », se souvient Daniel Diez. Dans les années cinquante, les paysans de la Sierra Maestra étaient complètement isolés du reste de l'île. Il y avait quelques médecins, mais uniquement à Bayamo, la capitale de la province, à 80 kilomètres de là, accessible seulement par

un chemin de terre. Les écoles étaient aussi éloignées et trop chères pour les enfants de familles rurales, qui de ce fait restaient exclus du système éducatif.

Par la suite, les choses changèrent. L'histoire de Cuba présente les montagnes de la Sierra Maestra comme l'endroit où Fidel Castro, Che Guevara, Camilo Cienfuegos et d'autres rebelles établirent à la fin des années cinquante la lutte de la guérilla contre la dictature de Fulgencio Batista. Actuellement, il y a un médecin pour 800 personnes, les écoles sont gratuites et ont été construites dans les lieux les plus reculés de la Sierra Maestra, une zone de 451 kilomètres carrés transformée en parc national. Deux chaînes de télévision nationales et une chaîne régionale peuvent désormais être captées, bien que des zones soient toujours privées de ce service en raison de la topographie de la région.

« La télévision contribue à l'homogénéisation des cultures […] ». Cette préoccupation était à l'esprit de Daniel Diez quand il commença le projet de *Télévision Serrana* : « Dans mon pays, la télévision montre les habitants des zones rurales uniquement comme des producteurs agricoles, on ne dit rien de leurs rêves, de leurs conflits, de leur culture […] ». Il ajoute : « Nous nous sommes proposés de sauvegarder, pour la culture nationale, la réalité de ces hommes et femmes qui vivent dans les montagnes, ainsi que de les aider à améliorer leur estime de soi ».

Le Programme international pour le développement de la communication (PIDC) de l'UNESCO appuya la phase initiale qui permit d'acheter les caméras et l'équipement d'édition. Le gouvernement provincial donna le terrain et la construction, tandis que l'ICRT prit en mains la formation du personnel. Après la phase initiale d'investissement, l'ANAP devint l'organisation gestionnaire du projet.

IMPACT SOCIAL

Télévision Serrana est importante à divers niveaux. Premièrement, c'est un symbole de communication indépendante dans un pays où les médias sont centralisés par le gouvernement. C'est seulement ces dernières années, avec l'apparition des ONG et de petites entreprises privées, que le panorama de la communication a commencé à changer. Deuxièmement, c'est un défi de communication participative dans une zone très pauvre de l'île. Troisièmement, la nouvelle génération de cinéastes cubains accorde une certaine valeur à la communication alternative et à l'appropriation des outils de communication par la communauté, quelque chose d'impensable il y a quelques années encore…

Quelques 32 000 personnes vivent dans l'aire d'influence de *Télévision Serrana*, et 10 000 dans la municipalité de Buey Arriba, directement concernée par les activités du projet.

Non seulement les activités quotidiennes de *Télévision Serrana* ont un impact direct dans sa zone d'influence, mais les documentaires produits ont aussi un impact au niveau national quand ils sont retransmis à la télévision, ce qui s'est produit à diverses occasions. Beaucoup de gens à Cuba sont maintenant sensibilisés sur les conditions de vie des habitants de Buey Arriba et d'autres communautés voisines.

La production de vidéo-lettres est au centre du travail de sensibilisation. Le seul fait de se voir filmés est très significatif pour les paysans de la Sierra Maestra. Qu'un groupe de vidéastes vienne dans leur communauté pour y rester avec eux signifie que leur vie vaut quelque chose. Et si leurs voix et les images de leur vie quotidienne et de leur culture voyagent dans d'autres parties de Cuba et du monde, cela signifie que leur identité est reconnue et respectée.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Les outils de *Télévision Serrana* sont des outils de base : caméras et équipement d'édition non-professionnels en formats VHS, Super VHS et Beta. Le personnel comprend trois cameramen, trois réalisateurs, deux éditeurs, deux producteurs, deux assistants du son et trois chauffeurs qui ont en plus la responsabilité de régler l'éclairage lorsque cela est nécessaire.

Les idées proposées par les membres du groupe sont discutées collectivement, y compris par tous ceux impliqués dans le processus de production. Dans cette étape, il n'y pas de participation directe de la communauté.

L'aspect le plus innovateur de *Télévision Serrana* est le format de vidéo-lettre, une espèce de reportage qui capture la réalité et les rêves des gens dans leurs propres mots ; ce sont les réactions face à la caméra qui, d'une certaine façon, structurent l'édition. Ces vidéo-lettres sont des expressions salutaires de personnes qui n'ont pas encore été contaminées par les mass-médias.

La diffusion des productions vidéo dans des petits villages de la Sierra Maestra est un aspect important dans le processus de communication initié par *Télévision Serrana*. À certaines occasions, on utilise des mules pour porter les projecteurs de vidéo. À chaque fin de projection, on ouvre un espace pour les discussions. Quand il s'agit d'une vidéo-lettre, il est possible que le public veuille répondre avec une autre vidéo-lettre. Le besoin de dire : « On est là » est énorme.

Les nouveaux thèmes pour de futures productions naissent généralement des discussions. Un jour, après l'un des débats, le groupe de *TVS* découvrit un vieillard qui avait écrit pendant 20 ans des

poèmes sur la Sierra Maestra ; il fut choisi comme thème pour une des productions. De la même façon, la pollution du fleuve Yao par une usine d'exploitation de café fut mentionnée d'abord après une projection, puis devint le thème d'un documentaire critique qui fut à l'origine de la mise en œuvre de mesures correctives.

OBSTACLES

Parmi les difficultés auxquelles *Télévision Serrana* dut faire face depuis le début, la plus grande était le manque d'expérience des cinéastes dans le travail de développement communautaire. Le groupe dut gagner la confiance des communautés locales pour que celles-ci sachent que ses intentions étaient bonnes. La formation de jeunes à la production vidéo fut facilitée par le fait que le niveau d'éducation à Cuba est très élevé (niveau baccalauréat, même dans les zones rurales).

Au début, les autorités ne comprenaient pas l'importance du projet de vidéo. Cette indifférence s'ajouta à la situation d'urgence de Cuba. Immédiatement après la fin de la Guerre Froide, le pays entra dans ce que l'on connaît sous le nom de « Période Spéciale », caractérisée par le manque de transports et de carburant, d'équipements et de pièces de rechange et de restrictions dans la distribution d'énergie et même de nourriture. Seules l'éducation et la santé, aires sociales prioritaires pour Cuba, ne souffrirent pas autant.

RÉFÉRENCES

L'information pour ce chapitre a été obtenue grâce à des entretiens et des échanges avec Daniel Diez Castrillo, directeur et fondateur de *Télévision Serrana*.

Diverses vidéos documentaires et video-lettres ont été visionnées pour avoir une idée plus précise sur le contenu et la qualité des productions.

La *Télévision Serrana* publie *Le Colibri* (*El Colibrí*), un bulletin électronique sur la communication alternative.

BUSH RADIO



1995 Afrique du Sud

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Bush Radio
PAYS :	Afrique du Sud
OBJECTIFS :	Santé, crime, éducation
LIEU :	Salt River, Le Cap
BÉNÉFICIAIRES :	Population générale du Cap
PARTENAIRES :	Université de Western Cape
FINANCEMENT :	Nederlandse Institute voor Zuidelijke Afrika (NIZA), Shell Oil
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Lorsque monsieur Shabalala, un vieillard de 85 ans, disparut, sa famille appela la radio. L'appel fut reçu à 17h48, pendant la diffusion d'un programme sur la circulation routière. La politique de Bush Radio *sur les personnes disparues établit que l'on doit donner priorité à ce thème. Toutes les trois minutes, un message d'alerte, qui fut aussi intégré au journal d'information, fut diffusé. Monsieur Shabalala fut retrouvé marchant sans but, désorienté et déboussolé à cinq cents mètres de chez lui. La bonne nouvelle arriva à 18h20. Il avait fallu à peine 32 minutes pour retrouver M. Shabalala grâce à la radio. On s'améliore de jour en jour.*

Le suivi des personnes disparues est vital pour la communauté : la ville du Cap est considérée comme la capitale mondiale des viols. Les fillettes en sont les principales victimes. À Bush Radio*, nous nous sommes engagés à améliorer cette situation. La station a comme politique que n'importe quel programme peut être interrompu si un enfant ou n'importe quelle autre personne de la communauté disparaît. Nous essayons même de faire en sorte que la voix de la famille passe sur les ondes pour donner plus de force à l'appel.*

Tout le monde au Cap connaît l'histoire de Bush Radio. *Nous avons commencé comme une station pirate et nous avons affronté le gouvernement de l'Apartheid. Les gens n'imaginaient même pas que c'était possible ! Nous sommes sortis sur les ondes illégalement et avons déconcerté tout*

le monde. Il ne se serait rien passé si, des mois auparavant, nous n'avions pas fait de publicité. Lors d'une descente, ils ont frappé très fort et emporté l'équipement ; mais nous avons lutté avec acharnement et récupéré l'équipement. Grâce à notre audace, il y a maintenant 80 radios communautaires dans le pays. Avec un peu de chance, on en aura beaucoup plus.

Notre couverture atteint 150 000 auditeurs, avec une puissance d'à peine 250 watts ; on ne se débrouille pas mal. En réalité, nous sommes très fiers de ce que nous faisons. Peut-être ne sommes-nous pas les plus fameux, mais nous continuerons à être nécessaires. Nous voulons être bons et avoir beaucoup de succès, mais uniquement si c'est bon pour les gens. Nous ne voulons pas devenir trop célèbres parce que certaines entreprises politiques et commerciales se sentiraient menacées. Jusqu'à maintenant personne ne contrôle Bush Radio*, si ce n'est la communauté. C'est pour cela qu'ils nous connaissent comme la mère de la radio communautaire en Afrique.*
— Zane Ibrahim, fondateur et directeur de *Bush Radio.*

DESCRIPTION



Au fil des ans, *Bush Radio* a soigneusement conçu sa programmation pour servir la communauté et promouvoir des changements concrets dans la politique sociale :

- **Bush Radio Bonjour :** il s'agit du bulletin de la station. On y discute des problèmes qui préoccupent l'organisation et on invite les auditeurs à exprimer leur opinion.
- **Loi communautaire :** Ce programme est conduit par des étudiants en droit de 4ème et 5ème année. Chaque semaine ils abordent un thème différent. Ils offrent à la communauté des informations factuelles auxquelles la population générale a rarement accès.
- **Répliques :** Des représentants de diverses organisations communautaires y expliquent le rôle que celles-ci jouent et comment la communauté peut y accéder.
- **Gens de tous les jours :** On utilise un format de magazine pour ce programme quotidien d'une durée de trois heures. On met l'accent sur les nouveautés de la communauté et on diffuse pas mal de musique locale, en intercalant des annonces de service public.
- **Rapport TRC :** Depuis le début des audiences de la Commission pour la vérité et la réconciliation (*Truth and Reconciliation Commission*, TRC, en anglais), la station présente tous les quinze jours un membre de la commission. Le producteur du programme est Bushman Beat Senzile Khoisan, le chef d'investigation de la TRC.
- **L'Afrique à l'heure :** Ce programme, une coproduction hébergée par l'université de Western Cape, aborde les thèmes d'actualité sur le continent africain.
- **Discussions de taxi :** La compagnie pétrolière Shell finance ce programme destiné à mettre fin à la violence et au crime, et à promouvoir la sécurité dans les moyens de transport vers les centres urbains. On invite ceux qui ont été victimes à exposer et à discuter de leurs plaintes à la radio.
- **Radio de la prison :** *Bush Radio* a appuyé le département de criminologie de l'université de la ville du Cap pour élaborer un programme de formation pour que des jeunes gens condamnés pour divers crimes apprennent à faire fonctionner une station de radio à l'intérieur de la prison.

Tous ceux qui produisent ou présentent les programmes à *Bush Radio* travaillent comme volontaires.

La plupart des auditeurs de *Bush Radio* résident dans les *townships* « Noirs » et de « race » mixte, les plus démunis sur le plan économique. L'âge des auditeurs varie de 18 à 50 ans ; cependant, des représentants de groupes d'enfants et du troisième âge ont récemment fait des demandes énergiques pour que la programmation soit adaptée à leurs demandes.

Bush Radio partage la fréquence avec une autre station. La formation des volontaires a lieu pendant les périodes où la radio n'émet pas. De plus, ce temps est utilisé pour produire les annonces de service public et développer des projets communautaires.

Quelques exemples : pour prévenir des faits de violence et éduquer les électeurs pendant les élections de 1999, la radio a élaboré de brèves annonces ; on organise régulièrement des émissions communautaires depuis les township marginalisés ; le projet « Retrouver la trace des personnes disparues » (*Tracing Missing Persons*) a permis de trouver beaucoup d'enfants qui s'étaient perdus ; le projet « Alphabétisation par la radio communautaire » (*Community Radio Literacy*) invite des personnalités du domaine littéraire à stimuler l'habitude de la lecture chez les auditeurs ; des poètes et des auteurs sont invités pour commenter leurs œuvres.

Le projet « Éducation musicale » (*Music Education*) organise des stages pour aider les gens à comprendre la musique qu'ils écoutent. Le programme sur la santé comprend des messages sur le Syndrome fœtal de l'alcool (*Foetal Alcohol Syndrome*) ; la station refuse la publicité sur les boissons alcoolisées en raison des problèmes auxquels la communauté est confrontée quotidiennement.

ORIGINES ET CONTEXTE

Pendant le régime de l'Apartheid, un groupe de personnes a commencé à produire des cassettes audio avec des informations sur les problèmes communautaires qui étaient totalement ignorés par les moyens de communication officiels. Ce groupe s'est appelé CASET

(*Cassette Education Trust*). Ses membres enregistraient des informations correspondantes sur des bandes, les reproduisaient et les distribuaient dans les *township* Noirs à proximité du Cap. Ils informaient les habitants sur l'importance d'apprendre à lire et à écrire, de l'hygiène et de la nécessité de cesser de considérer le crime comme partie intégrante de la vie quotidienne.

L'objectif à long terme de CASET était que les ondes radios soient à disposition de tous en Afrique du Sud. Pour réussir cela, on décida d'installer un petit émetteur près de la communauté. À la demande de ses membres fondateurs, qui étaient alors étudiants, l'université de Western Cape offrit d'héberger la station. L'université portait le surnom de « Bush College » (Faculté de la brousse), étant située très loin de la ville la plus proche, et se trouvant entourée de brousse lorsqu'on la construisit en 1960.

Après que Nelson Mandela fut libéré en 1991, l'Afrique du Sud vécut une période d'intense activité politique et sociale. *Bush Radio*, « la mère de la radio communautaire en Afrique », commença en 1992 comme une association de volontaires, dirigée par des individus et des organisations communautaires qui y adhérèrent comme membres. Diverses organisations internationales donnèrent des fonds pour que les membres puissent être formés.

C'était la première fois en Afrique du Sud que des « Noirs » avaient l'opportunité d'apprendre les techniques radio. De nombreuses demandes de fréquences furent refusées, alors que dans le même temps un groupe d'Afrikaans dans le nord du pays transmettait sans licence. Il fut décidé que *Bush Radio* commencerait ses diffusions en avril 1993, même sans autorisation. La réaction contre la station ne se fit pas attendre : la police brisa les portes et confisqua l'équipement. Plusieurs personnes furent maltraitées et deux membres furent accusés d'avoir violé la loi.

Bush Radio obtint finalement le 1er août 1995 une licence pour émettre, mais on décida de reporter le lancement jusqu'au 9 août, Journée de la femme Sud-Africaine, pour marquer symboliquement le rôle que les femmes avaient joué dans la lutte pour la libération.

IMPACT SOCIAL

Bush Radio a obtenu des changements sociaux conséquents :

- Démocratisation des ondes radio et création du Forum national des radios communautaires par des pressions sur l'ancien gouvernement.
- Obtention d'accords de paix entre les factions rivales dans les township Noirs et entre les bandes qui contrôlent les services de taxi dans la région par une médiation.

- Formation de 500 personnes. La majorité des journalistes qui travaillent actuellement dans les journaux du pays furent formés à *Bush Radio.*
- Le projet « Radio de la prison » convainquit les autorités que l'effet thérapeutique du programme sur les prisonniers était important pour leur réhabilitation.

Ce qui rend *Bush Radio* unique, c'est qu'elle est totalement dirigée par ses membres, qui sont restés vigilants face aux tentatives de certains groupes politiques de contrôler la station.

Lors d'une visite à la station en 1999, Noam Chomsky affirma : « *Bush Radio* est sans aucun doute la radio la plus dynamique avec laquelle j'ai jamais travaillé. »

MÉDIAS ET MÉTHODES

Dès ses débuts, *Bush Radio* a réalisé une intense activité de formation dans le domaine de la radio communautaire. Tous les ans, une formation continue est proposée dans les domaines de l'administration, la coordination musicale, les informations et la programmation.

Le vœu des membres de *Bush Radio* était que la station servît à un large éventail d'auditeurs de langues différentes, mais finalement, il fut décidé de diffuser dans trois des onze langues officielles du pays : xhosa, afrikaans et anglais.

- **Forum ouvert :** Tous les mois, la communauté est invitée à donner son opinion sur la gestion de *Bush Radio*. Tous les gens de la communauté remplissent les conditions pour être membres de la station, pour participer à la formation et pour voter sur les thèmes qui sont portés à la considération de l'organisation.
- **Les membres :** Tous ceux qui vivent dans la zone d'influence de *Bush Radio* ont le droit d'être membres. La plupart des nouveaux membres préfèrent simplement soutenir moralement la station tandis que certains montrent un intérêt à participer comme volontaires. Le total des volontaires a dû être limité à 70, un nombre encore gérable. La communauté est régulièrement informée grâce au programme « Bush Radio Bonjour ». Le comité des finances, dirigé par un membre du conseil d'administration, supervise régulièrement les finances de *Bush Radio*.

OBSTACLES

Dès son ouverture en 1995, *Bush Radio* se vit obligée de partager la même fréquence avec une autre station. Cette station ferma fin 1999, laissant à *Bush Radio* un temps mort de diffusion aux deux extrêmes de sa programmation. Il fallut quatre mois pour convaincre les autorités de permettre à *Bush Radio* d'occuper l'espace libre.

L'expansion des radios confessionnelles, parallèlement à la décision prise en 1999 par le gouvernement de fonder ses propres radios FM de faible puissance (39 en date), pourrait représenter une menace pour les radios communautaires qui, depuis toujours, luttent pour survivre. Les radios religieuses reçoivent un appui considérable de la part des groupes chrétiens de droite des États-Unis.

Depuis 1994, *Bush Radio* a reçu des licences de fonctionnement valables cinq ans. Cela rend difficile la planification et les négociations de contrats avec des sponsors ou des annonceurs potentiels.

Certaines stations commerciales très puissantes ont copié des caractéristiques de la programmation de *Bush Radio*. Cela a terni la réussite que la station avait obtenue dans son processus d'autosuffisance. Le fait que *Bush Radio* ait à peine 250 watts de puissance, comparé aux 2 000 watts autorisés aux stations commerciales rend la compétition très difficile.

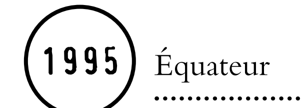
Plus de 31 % des revenus de la publicité de *Bush Radio* sont reversés aux agences de marketing. Cela aussi affecte sa croissance dans une certaine mesure.

RÉFÉRENCES

Déclaration de principes (*Mission Statement*), février 2000, et échanges additionnels avec Zane Ibrahim, directeur de *Bush Radio*.

Laureys, Francois. *Bush Radio : Cape Town South Africa.* Louw, Adrian. *Bush Radio History and Backgrounds.* Articles disponibles sur le site Web de Radio Nederlands : http://www.rnw.nl/realradio/community/html/bush_radio061198.html

RADIO CHAGUARURCO



Équateur

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Chaguarurco
PAYS :	Équateur
OBJECTIFS :	Développement rural communautaire
LIEU :	Province d'Azuay
BÉNÉFICIAIRES :	Population rurale de Santa Isabel et Pucará
PARTENAIRES :	Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE)
FINANCEMENT :	Intermon, Caritas, Manos Unidas
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Marcela Pesantez était là : *Nous sommes sortis sur les ondes le 1er janvier 1995. C'était merveilleux. Merveilleux. Beaucoup de gens nous écoutaient. On est devenu fou. On disait bonjour à tout le monde. On remerciait ceux qui avaient été avec nous depuis le début, ceux qui avaient suivi la formation avec nous, les correspondants. On a appelé à Cuenca pour savoir si on nous recevait jusqu'en ville. On a appelé à Machala pour savoir s'ils étaient en train de nous écouter. Quelqu'un savait qu'on devait sortir sur les ondes et nous a appelés. C'était fou. On a mis beaucoup de musique et régulièrement on envoyait à l'antenne 'Vous écoutez Radio Chaguarurco ! Nous sommes sur les ondes ! Écoutez-nous sur 1550 kilo hertz ! Prévenez vos voisins pour qu'ils écoutent !' C'était très beau. Et puis, on a commencé à se calmer. Mais on a mis au moins trois jours à se calmer suffisamment pour commencer sérieusement le travail de la station.*

Marcela Pesantez a étudié la communication à Cuenca. À la fin de ses études, elle est retournée à son village, Santa Isabel, pas très sûre de ce qu'elle allait faire, mais décidée à aider ses compatriotes à sortir de leurs conditions de vie si précaires. Quand elle a eu connaissance du projet de la radio, elle s'y est immédiatement présentée comme volontaire. Le fait de ne pas avoir d'expérience en radio ne l'a pas

empêchée de s'immerger dans le milieu et de devenir une des chargées de formation du projet. « Ce fut une bonne chose qu'aucun d'entre nous ne sache rien de la radio. Nous n'avions aucune idée préconçue sur la manière de faire de la radio, et cela signifiait que nous pourrions le faire d'une façon différente. »

Très vite, il fut évident que le *vrai* travail de la station supposait beaucoup plus que simplement produire les programmes radio. Après tant d'années d'attente, le niveau d'exigence des gens était très élevé. Ils n'allaient pas se contenter d'une radio comme les autres. Ils voulaient entendre leurs propres expériences et préoccupations, exprimées par leur propre voix et dans leur propre langue.

« Je pense que la fameuse phrase qui décrit la radio et ce que nous voulions faire d'elle, c'est : Désormais, vous n'êtes plus tout seuls », explique Marcela Pesantez. « Maintenant nous avons un moyen de communication où tous peuvent s'exprimer, dire ce qu'ils ressentent et dénoncer ceux qui leur font passer de mauvais moments. *Désormais vous n'êtes plus tout seuls.* C'est la phrase qui a motivé les gens. »

DESCRIPTION



La Fondation Chaguarurco pour le développement rural fut créée en septembre 1992 par des représentants des organisations paysannes, des organisations catholiques et des travailleurs et volontaires de la station. Dès le début, on se mit d'accord : ni la paroisse, ni un individu ne devaient être les propriétaires de la station. Celle-ci devait appartenir aux organisations communautaires, au peuple.

La station compta avec l'appui de la solidarité internationale pour les gros investissements en capital (80 000 dollars américains de l'organisation Intermon), mais la Fondation Chaguarurco décida que la manière la plus saine de travailler était de s'autofinancer. Le travail volontaire des chargés de programmation est une des contributions de la communauté. Par ailleurs, les studios à Pucara et Santa Isabel étaient installés dans un espace cédé gratuitement par la paroisse locale, et personne ne manquait d'offrir son concours lorsque la station avait besoin de rénover le studio d'enregistrement ou de repeindre les bureaux. Cependant, le travail volontaire n'arrive pas à couvrir tous les frais, et *Radio Chaguarurco* doit générer environ 2 000 dollars par mois pour couvrir ses coûts d'opération.

La situation financière de la station est bonne. *Radio Chaguarurco* se débrouille pour générer non seulement le nécessaire pour couvrir ses frais fixes, mais aussi quelques milliers de dollars annuels supplémentaires pour l'amélioration des équipements et la couvertures des

dépenses imprévues. Les sources de revenus sont la publicité (20 % des recettes), les annonces communautaires (40 %), la production de services et la transmission en direct d'événements culturels.

Les programmes sont produits localement. Les segments les plus appréciés sont ceux de la musique et des informations, entrecoupés d'annonces communautaires.

Les *radio dramas* (feuilletons radio) interprétés par les travailleurs de la station, sont une manière très efficace d'expliquer des thèmes complexes dans un langage courant que les auditeurs peuvent facilement comprendre. Les thèmes des feuilletons radio changent tous les jours, et abordent des problèmes de santé, d'environnement, de politique, de culture et des droits de l'homme.

Un groupe de volontaires produit « *El Mercado* », un programme hebdomadaire proposé simultanément à Pucara et Santa Isabel. Le programme compare les prix du marché et analyse les tendances ; il a joué un rôle important dans le contrôle des prix et contre la spéculation.

Les changements récents dans la programmation ont permis d'inclure des informations d'Amérique latine et du monde reçues par ALRED (un service radio de l'Association latino-américaine d'écoles radiophoniques) par l'intermédiaire d'une antenne parabolique installée sur le toit de la station à Pucara, et de l'agence d'information Pulsar (par l'intermédiaire d'Internet).

Bien que *Radio Chaguarurco* ait ses installations dans deux centres urbains, les habitants de ces villes ne constituent pas sa principale audience. Sur les 65 000 habitants de la zone environ, seulement 20 % vivent dans des villages. La radio couvre principalement les zones montagneuses, y compris une partie des zones côtières, où sont produits la banane et le cacao, et où l'industrie minière constitue une activité importante. La majeure partie des auditeurs se consacre à l'agriculture.

Un sondage de 1996 (400 personnes sondées) a révélé que *Radio Chaguarurco* arrive en tête avec le meilleur taux d'audience tant dans les villages que dans les zones rurales. C'est celle qui jouit de la plus grande popularité à la campagne, en particulier parmi les adultes et les personnes à faible niveau d'éducation. 40 % des auditeurs des villages écoutent *Radio Chaguarurco* tous les jours tandis qu'à la campagne, le chiffre atteint 50 %. D'autres résultats montrent que la radio est bien acceptée par son public, mais que l'on pourrait améliorer les horaires, mieux former les animateurs et inclure plus d'informations sur l'agriculture.

ORIGINES ET CONTEXTE

La plupart des radios en Équateur ont des licences en tant que radios commerciales ou culturelles. Les radios communautaires n'ont pas été reconnues avant 1996, quand le gouvernement approuva une loi qui accordait des dérogations spéciales aux stations communautaires. Cependant, cette même loi établissait de sévères restrictions, interdisant toute activité commerciale, limitant la puissance de transmission à 500 watts et exigeant une approbation préalable de l'armée, pour des raisons de « sécurité nationale ». L'Association coordinatrice des radios populaires d'Équateur (*Coordinadore de Radios Populares el Ecuador*, CORAPE) présenta une requête constitutionnelle pour modifier la loi.

L'idée de créer *Radio Chaguarurco* est née en 1990 lors d'une série d'ateliers préparés par des organisations paysannes et les paroisses de Santa Isabel et de Pucara, dans la province d'Azuay, dans le sud équatorien. L'objectif était de mieux organiser les communautés pour obtenir l'accès aux services de base (eau potable et électricité) et garantir le respect des droits de l'homme.

La question de savoir où installer la station avait des implications politiques, mais aussi techniques et financières. La communauté choisie, Santa Isabel ou Pucara, aurait plus de possibilités d'exprimer ses préoccupations, ses membres seraient interrogés plus souvent et ils profiteraient plus de la station. La décentralisation était un des objectifs du projet, il était clair que la communauté choisie pour installer la radio en serait la principale bénéficiaire, probablement aux dépens de l'autre.

Pucara avait un avantage considérable : Santa Isabel était certes plus grande, c'était un centre économique et de communication plus développé, mais l'altitude de Pucara (3 100 mètres au-dessus du niveau de la mer) et sa localisation centrale lui conféraient un net avantage technique : c'était un meilleur emplacement pour installer l'émetteur. La solution consista à placer un émetteur de 5 000 watts à Pucara, les bureaux à Santa Isabel, et à monter des studios dans les deux communautés, interconnectés par micro-ondes.

IMPACT SOCIAL

Voilà comment les paysans eux-mêmes évaluent les changements amenés par la radio :

> La communication est plus facile maintenant. La radio a un système de communiqués, tous les jours nous pouvons envoyer tout type de messages, que ce soit sur la santé des patients à l'hôpital, les animaux perdus, les décès ou les réunions […]. La radio est le téléphone de ceux qui n'en ont pas.

> Les autorités, les institutions et les commerçants sont plus démocratiques. Avant il était facile pour eux d'abuser des paysans en les faisant payer plus cher ou en volant les matériaux qui étaient destinés aux travaux publics dans les communautés. Maintenant, tout le monde est au courant des abus grâce à la radio. La radio est une espèce de gardienne du jeu démocratique.

> La radio nous a servi à échanger des expériences et des problèmes. Les gens des communautés racontent leurs expériences à la radio pour aider les autres à comprendre le processus par le partage des solutions aux problèmes quotidiens.

> La radio a contribué à la revalorisation de notre culture, de notre musique, de notre manière de parler. Ces programmes génèrent une fierté renouvelée de notre culture.

Le succès de *Radio Chaguarurco* ne se limite pas au fait d'être simplement la station préférée des auditeurs. La radio a appuyé d'autres initiatives démocratiques et de développement qui ont induit des changements importants dans la vie communautaire. Elle a amélioré la communication, a aidé à élargir le terrain démocratique en limitant les abus, a contribué positivement à la renaissance culturelle par l'échange d'expériences et de solutions aux problèmes.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Comme dans d'autres stations, la programmation de *Radio Chaguarurco* comprend des informations, des interviews, de la musique et des programmes culturels. Cependant, il y a quelques caractéristiques importantes qui distinguent *Radio Chaguarurco* des autres stations. La plus importante est la priorité que donne la radio aux voix locales, à la langue et à la culture. À la différence des radios de la ville, avec des animateurs qui tentent de cacher leurs accents régionaux ou leur langue natale, à *Radio Chaguarurco,* les animateurs célèbrent leur manière de parler.

La station se distingue également par sa recherche active et constante de la participation des gens de la campagne, les invitant à visiter la radio, à raconter leurs histoires, à chanter ou même à saluer leurs amis ou parents.

Pour produire la radio voulue par la communauté, il fallait établir avec ses membres une relation différente de celle qu'une radio courante a en général ; et pour cela, il était nécessaire d'avoir des producteurs de radio d'un autre genre. Seuls quatre des huit travailleurs permanents et des vingt volontaires de *Radio Chaguarurco* ont étudié formellement le journalisme ; les autres ont appris dans les cours organisés par la station elle-même. Tous travaillent comme journalistes

et producteurs de programmes, et partagent en plus les tâches de secrétariat, de vente, d'administration et les tâches techniques. Cinq des travailleurs permanents sont basés à Santa Isabel, et trois à Pucara.

La station n'oublie jamais son important rôle comme canal de communication au service des communautés, le téléphone de ceux qui n'ont pas le téléphone.

OBSTACLES

Le premier obstacle de *Radio Chaguarurco* fut d'obtenir la licence pour émettre. En 1992, la loi équatorienne ne reconnaissait pas les radios communautaires. L'obtention d'une licence commerciale impliquait un processus long et complexe qui, après plusieurs années d'attente, pouvait échouer à moins d'avoir de bons appuis politiques et plus d'influence que n'en avait le peuple de Santa Isabel et de Pucara. Heureusement, à Santa Isabel il y avait eu une radio des années auparavant. Le propriétaire était mort et depuis, la station était restée hors des ondes. Cependant, sa licence était encore valable et le fils du propriétaire était disposé à la vendre. L'achat d'une station requiert aussi l'autorisation du gouvernement, ce qui implique un processus presque aussi long et compliqué que celui de l'obtention d'une fréquence, mais cette fois, les appuis politiques ne sont pas nécessaires.

Le temps nécessaire à la formation continue du personnel fut sous-estimé, ce qui eut pour résultat la perte de volontaires et des difficultés pour remplacer les travailleurs qui s'en allaient. « Quelques correspondants perdirent leur motivation. La radio est très amusante, mais quand on n'a pas de salaire et un travail stable, on doit penser aux finances, même si on aime la radio. On grandit, on veut se marier et avoir des enfants et tout ça. Peu à peu, les gens s'éloignèrent de la radio. »

Enfin, les changements successifs de directeur pendant les premières années ont affecté la stabilité du projet.

RÉFÉRENCES

Le texte de ce chapitre est intégralement tiré de l'article de : Gerard, Bruce. *Radio Chaguarurco : now you're not alone.* [En ligne]. Adresse URL : http://comunica.org/pubs/chaguarurco.htm et sur des échanges avec l'auteur.

RADIO GUNE YI



Sénégal

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Gune Yi
PAYS :	Sénégal
OBJECTIFS :	Enfants des zones rurales
LIEU :	Dakar et les zones rurales
BÉNÉFICIAIRES :	Enfants du Sénégal
PARTENAIRES :	Office de radiodiffusion télévision du Sénégal (ORTS)
FINANCEMENT :	PLAN International
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Des enfants des zones rurales au micro. Des enfants qui parlent à des enfants à travers la radio. Des enfants qui ramènent les informations à leurs parents. Des enfants qui réclament respect et confiance envers leurs communautés. De nouvelles organisations qui émergent dans les communautés sous la direction d'enfants. Tout cela se déroule au Sénégal depuis que *Radio Gune Yi*, un projet novateur de communication, a commencé ses activités.

Dans les villages où ont été enregistrés des programmes, les enfants ont formé des clubs et organisé d'autres activités, tels que les centres d'écoute communautaire. Dans certaines communautés, les enfants se sont mobilisés pour monter des groupes de théâtre et mener des activités de sensibilisation au porte-à-porte.

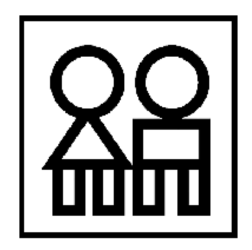
À Goria, après avoir enregistré un programme de *Radio Gune Yi* sur le problème de l'éducation des filles, les enfants se sont organisés pour sensibiliser les parents sur le problème et les convaincre d'envoyer leurs filles à l'école.

Dans la région de Louga, une troupe de théâtre parcourt les villages et donne des représentations pour récolter des fonds. Avec les bénéfices obtenus, ils achètent des outils pour nettoyer leur quartier.

« Ce que les enfants écoutent à la radio les conduit à développer des comportements nouveaux ; l'éventail des choix est maintenant plus large. À notre époque, certaines choses relevaient de la responsabilité des adultes, mais maintenant ce sont les enfants eux-mêmes qui les prennent en charge. Maintenant il y a des informations sur des maladies que moi je ne connaissais pas, comme le SIDA, et sur les mesures de précaution qu'on doit prendre. Tout cela, ce sont les enfants qui le transmettent, ce qui fait que c'est un plaisir d'écouter les émissions de la radio », insiste le vice-président de la communauté rurale de Mbodokhan.

La plupart des nouvelles initiatives sont menées par les enfants qui ont participé aux programmes de *Radio Gune Yi ;* quant aux autres enfants, l'admiration et le respect qu'ils éprouvent pour les premiers, les poussent, à leur tour, à participer à ces initiatives. À Mbodokhan, un jeune de 18 ans qui n'avait pas participé aux activités de la radio organisa un groupe de théâtre qui produit des parodies sur la protection de l'environnement, sur le SIDA et sur l'éducation des filles : « J'ai suivi l'exemple de ce que j'avais observé pendant l'enregistrement du programme radio », affirme-t-il.

DESCRIPTION



Radio Gune Yi est un programme de radio fait pour et par les enfants. Son nom lui donne son identité : « Gune Yi » signifie « enfants » en wolof, la langue la plus importante du Sénégal. Le projet est une initiative de PLAN International du Sénégal, et les programmes sont diffusés par toutes les stations de radio qui appartiennent au réseau de l'Office de radiodiffusion télévision du Sénégal (ORTS).

Par ce programme, PLAN International fait la promotion des droits de l'enfant, en particulier la liberté d'expression et l'accès à l'information. Depuis qu'elle a commencé en décembre 1995, l'équipe de *Radio Gune Yi* s'est rendue dans plus de cent villages. Près de mille enfants ont participé directement à la production, plusieurs milliers ont assisté aux séances d'enregistrement et des centaines de milliers écoutent régulièrement le programme sur les radios du Sénégal.

Les principaux objectifs de *Radio Gune Yi* peuvent être résumés ainsi :

- Promouvoir les droits de l'enfant, en particulier le droit à la libre expression.
- Faciliter l'accès des jeunes à l'information sur leur patrimoine culturel.
- Encourager les jeunes pour qu'ils participent activement au développement de la société.
- Diffuser des messages éducatifs sur la santé, la lutte contre le SIDA, l'éducation des filles et l'habitat.
- Proposer des divertissements sains à la jeunesse sénégalaise.
- Persuader ceux qui prennent les décisions au niveau local de prendre en compte les aspirations de la jeunesse.
- Familiariser les enfants avec la radio et leur offrir une expérience créative unique.
- Contribuer au renforcement des thèmes prônés par PLAN International.

Une fois par an, pendant le mois d'août, dix endroits sont choisis pour réaliser les enregistrements des programmes. La sélection se fait sur la base des demandes envoyées par les communautés rurales ou urbaines qui sollicitent la présence de *Radio Gune Yi*. Sur cette base, un chercheur de *Radio Gune Yi* réalise une mission d'exploration qui permet de faire la sélection finale des communautés. Il/elle se réunit avec les gens des villages, explique le concept du programme et organise des groupes d'analyse et de discussion avec des enfants et des adultes pour identifier les thèmes.

Au cours de ces visites dans les villages, on implique non seulement les enfants mais aussi les directeurs d'école ou de programmes d'alphabétisation, ainsi que les autorités locales. Cette méthode participative permet de sélectionner les thèmes qui préoccupent le plus directement les communautés, et garantit que les enfants déterminent, au moins en partie, le contenu du programme.

Le suivi commence à partir du moment où la date a été fixée pour l'enregistrement, en général dix jours avant la date de diffusion. On établit une présélection des enfants participant. En général, on choisit deux lieux proches l'un de l'autre, trente enfants des deux endroits participent à une formation de quatre jours.

Une fois l'enregistrement et l'édition terminés, sept stations de l'ORTS diffusent les programmes à des horaires et des jours différents. *Radio Gune Yi* bénéficie ainsi de la plus grande couverture nationale possible.

Les personnes contactées dans chaque village sont responsables du suivi et de l'appui aux activités des centres d'écoute, créés dans toutes les communautés dans lesquelles une expérience d'enregistrement a eu lieu.

ORIGINES ET CONTEXTE

Les résultats d'une étude sur la communication et l'enfance en Afrique occidentale, réalisée en 1995 par le Centre canadien de recherche et de coopération (*Centre for International Studies and Cooperation*, CECI) et par le Centre interafricain d'études en radio rurale de Ouagadougou (CIERRO), révèlent que les enfants sont,

en général, négligés. Au Sénégal, seuls 15 % des programmes de radio et télévision s'adressent à eux. Les programmes pour enfants et jeunes sont très rares, et quand ils existent et sont diffusés régulièrement, ils manquent d'objectifs clairs et de qualité.

L'environnement audiovisuel du Sénégal offre très peu de segments de programmation destinés aux enfants. L'ORTS diffuse « *Kaddu Xaleyi* » (qui signifie « Enfants »), un programme où les enfants sont interrogés, mais conçu et présenté par des adultes, et enregistré en cabine. *Walfadjri* diffuse pour sa part « *Bebe Walf* », un programme dans lequel les enfants dédicacent des chansons par téléphone.

Les enfants forment plus de la moitié de la population du Sénégal. Ils manquent d'un accès adéquat à l'information et ne jouissent pas de la liberté d'expression. La Convention internationale pour les droits de l'enfant établit que les mass-médias devraient diffuser des informations et des programmes d'utilité sociale et culturelle pour les enfants, qui prônent le développement de la personnalité et de leurs capacités et aptitudes physiques et intellectuelles.

IMPACT SOCIAL

Les objectifs de *Radio Gune Yi* sont d'informer, d'éduquer et de divertir les enfants. Les différents segments sur l'histoire et la tradition, le langage, les droits de l'enfant, les thèmes socioculturels, les thèmes de formation sur la santé, le SIDA, l'éducation des filles et sur les activités de PLAN International, ont été conçus pour transmettre des messages importants à la jeunesse.

Des sondages montrent que *Radio Gune Yi* remplit son mandat d'éducation, d'information et de divertissement des enfants. De plus, elle le fait aussi pour les adultes. La plupart des auditeurs affirment que le programme est divertissant et informatif et qu'il permet d'apprendre.

« Nous, les parents des étudiants, sommes agréablement surpris de découvrir que nos enfants savent tant de choses et ont tant d'idées », affirme le président de l'association des pères de famille de Mbodokhan. Les adultes sont conscients que les enfants savent beaucoup de choses qu'ils ont apprises à l'école et dans d'autres environnements, hors de la famille. Ils connaissent des choses liées à leurs traditions, comme ils le montrent en racontant des fables ou quand ils réalisent des reportages sur l'histoire de leurs villages et de leurs ancêtres.

Les parents étaient réticents au début parce qu'ils ne connaissaient ni *Radio Gune Yi* ni le contenu du programme. Mais une fois que *Radio Gune Yi* était passée dans le village, les parents permettaient à leurs enfants de s'impliquer dans de nouvelles expériences et leur témoignaient une plus grande confiance.

« Ma participation à *Radio Gune Yi* m'a donné plus de poids devant mes camarades et amis. Je suis devenu quelqu'un de très connu après ma participation au programme, parce que très peu de gens ont la possibilité de parler à la radio. Mes parents m'ont même donné comme surnom 'Mignon' », raconte un enfant de 13 ans de Medina Gounass.

Les enfants assument plus de responsabilités. *Radio Gune Yi* leur permet de remettre en question les adultes directement et de montrer leurs connaissances, chose qu'ils ne pouvaient pas faire auparavant. Ils jouissent d'un respect nouveau de la part des adultes et la communauté entière a acquis un savoir nouveau.

Comme un ancien de Mbodokhan le dit : « La connaissance est comme une aiguille perdue, un enfant peut la trouver aussi vite qu'un adulte ».

MÉDIAS ET MÉTHODES

Radio Gune Yi est un de ces projets de communication où le processus est aussi important que le produit. Le processus de réalisation des enregistrements dans le domaine communautaire a un impact immédiat, renforcé par la diffusion des programmes.

Radio Gune Yi n'est pas seulement un programme de radio, mais aussi un événement local, un événement extraordinaire qui a un impact sur les enfants qui y participent mais aussi sur leurs parents, sur les spectateurs et sur les décideurs. Parler à la radio pendant une session d'enregistrement constitue une expérience unique pour les enfants. Cela leur donne une rare occasion de s'exprimer en public, d'apprendre tout en participant, de montrer aux autres leurs capacités et leurs compétences, et d'être écoutés dans tout le pays. Leur performance provoque réactions et émotions.

La performance des enfants est un centre d'intérêt et d'espoir pour la communauté. Les enfants apparaissent comme des individus qui ont des connaissances et des capacités qui doivent être encouragées. Ils sont vus comme des membres capables de contribuer à la vie de la communauté.

Le mandat du programme est de donner à la jeunesse sénégalaise un espace d'expression et d'échange d'idées ; de donner aux enfants une expérience unique pour s'informer, s'éduquer et s'amuser, l'hypothèse étant que les enfants apprennent mieux en faisant eux-mêmes et que les messages transmis par des enfants sont mieux perçus par les autres enfants. D'une part ils parlent le wolof, la langue que tous les Sénégalais comprennent, et d'autre part, ils utilisent des paroles d'enfants, ce qui simplifie les messages et les rend plus accessibles.

OBSTACLES

La relation informelle établie entre *Radio Gune Yi* et l'ORTS, et l'absence de contrat menacent la continuité du programme qui dépend de la bonne volonté des deux parties et sans aucune garantie de durée.

Les missions de recherche sur le terrain se font seulement une fois par an durant un mois. Cela a deux conséquences négatives : d'une part, l'information recueillie se révèle parfois obsolète lorsqu'arrive le moment de réaliser les enregistrements plusieurs mois plus tard ; d'autre part, la visite de dix communautés dans cinq régions (50 au total) en à peine un mois représente une charge trop grande pour réaliser vraiment un travail en profondeur. Se limiter à une communauté par jour suffirait à l'amélioration du travail.

Un autre problème lié à la production est le fait, paradoxal, que le programme soit diffusé en wolof alors que les annonces et la plupart des chansons sont en français.

Le rôle des centres d'écoute communautaires, soi-disant créés après chaque passage de *Radio Gune Yi* dans une communauté, n'a pas été bien défini. Il n'y a pas de stratégie cohérente pour fonder les centres ou pour concevoir leurs activités. Dans certaines régions, ils sont créés pour faciliter la réception collective des programmes et pour stimuler les activités des jeunes. Dans d'autres, ces centres ont été créés dans des villages où PLAN International a des activités, alors même que *Radio Gune Yi* ne s'est pas encore rendue dans la communauté. Certains contacts de la station dans les communautés proposent de fonder des centres d'écoute dans des villages qui n'ont pas accès à la radio et qui, par conséquent, ne connaissent pas le programme de *Radio Gune Yi*.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre s'appuie sur : Ammassari, Savina et Jean Bernard, Fréderic. *Radio Gune Yi: Evaluation Report*. Centre for Development Communication (CDC), mars 1999 ; et sur des échanges par courrier électronique avec Mimi Brazeaum, de PLAN International.

RADIO KWIZERA



FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Kwizera
PAYS :	Tanzanie
OBJECTIFS :	Réfugiés, paix et réconciliation
LIEU :	Ngara, près de la frontière avec le Burundi et le Rwanda
BÉNÉFICIAIRES :	250 000 réfugiés, population de Ngara et de Kibondo
PARTENAIRES :	Haut-commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (HCR), Croix Rouge, Norwegian Peoples Aid (NPA), Programme alimentaire mondial (PAM), Oxfam, Relief To Development Society (REDESO), Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), Atlas
FINANCEMENT :	Jesuit Refugee Service (JRS)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Depuis les airs, on observe un curieux tracé géométrique sur le haut des collines ; de nombreuses lignes parallèles forment une tache blanche d'une montagne à l'autre, comme si un énorme filet était tombé du ciel sur cet endroit reculé de la terre : Ngara, à seulement 25 kilomètres de la frontière du Rwanda, et à 35 kilomètres du Burundi. Il n'est pas facile d'arriver jusque là ; seuls les vols humanitaires, de petits avions Cessna pour cinq passagers, pilotés par Mission Aviation Fellowship (MAF) ou les avions du Haut-commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (HCR) atterrissent une ou deux fois par semaine sur la piste de terre de Ngara.

C'est ici que grossit une des agglomérations les plus récentes du monde : Greater Lukole, un quartier gigantesque sans centre urbain à proximité. Une ville où toutes les maisons se ressemblent, où il n'y a ni eau potable ni électricité. En 1994, il n'y avait rien sur ces collines,

mais un an plus tard, des milliers de personnes arrivèrent à pied, et l'endroit devint soudain une des plus grandes villes de Tanzanie. Aujourd'hui encore, l'ouest de la Tanzanie est une des plus grandes zones de concentration des réfugiés du monde.

Tandis que nous nous approchons, nous voyons les gens porter du petit bois. « *Bientôt, il n'y aura plus de bois pour cuisiner* », prognostique Hilaire Bucumi, tandis qu'il me guide dans le camp. Maître d'école et maintenant reporter à *Radio Kwizera*, Hilaire est un réfugié du Burundi. Sa maison se trouve parmi les centaines d'autres alignées contre les montagnes. Il partage son destin avec un demi-million de personnes, presque tous paysans, que la violence ethnique poussa à franchir la frontière. Parce qu'il travaille à *Radio Kwizera*, Hilaire a un permis spécial pour sortir du campement et se rendre à la radio tous les jours.

Au Burundi, il enseignait dans les écoles secondaires de Musenyi, Jenda, Musema et Kayanza, sa province natale. Jusqu'à ce qu'éclate la violence en 1993. Il se réfugia au Rwanda avec sa femme et un bébé né cinq jours plus tôt. Quand il rentra en 1994, il trouva sa maison saccagée, on le cherchait encore et sa vie était en danger. Ne sachant pas où fuir, il s'arrangea pour traverser le fleuve Malagarazi vers la Tanzanie. Tous les membres de sa famille n'eurent pas cette chance : sa mère et sa belle-mère décédèrent en 1996, une belle-sœur fut frappée à mort, ses voisins furent assassinés… Tout cela, il ne l'a appris que des années plus tard. Il me le raconte de façon presque inexpressive. Il a survécu avec résignation, les larmes ne servent plus à rien désormais.

DESCRIPTION



En 1994, *Radio Mille Collines*, la tristement célèbre « radio de la haine », poussa au génocide des Tutsis. Un million de Tutsis furent assassinés et sur les « mille collines » du Rwanda ne restent plus que les tombes de ceux qui n'avaient pu s'échapper à temps. Trois mois plus tard, des troupes Tutsis venant d'Ouganda prirent le pouvoir à Kigali, obligeant 600 000 Hutus à franchir la frontière tanzanienne comme réfugiés.

Radio Kwizera (97.9 FM) est née en 1995 comme une réponse à la « radio de la haine ». Son nom est significatif : *kwizera* veut dire « espoir » en langue kinyarwanda. Le projet, conçu par P. Thomas Fitzpatrick, est le premier de cette nature mis en œuvre par le Service jésuite pour les réfugiés (*Jesuit Refugee Service*, JRS). Initialement, JRS et le UNHCR donnèrent des fonds pour acheter l'équipement. La station a une portée de 300 kilomètres, incluant les régions tanzaniennes de Kagera et Kigoma, et certaines zones du Rwanda et du Burundi. Le budget annuel de *Radio Kwizera*, financé par JRS, était de 154 000 dollars américains en 1999, et de 214 000 dollars en 2000.

Au début, le JRS s'était proposé d'établir un réseau d'information, qui en plus de la radio, comprendrait des haut-parleurs, des panneaux publicitaires, une bibliothèque, des bulletins et des affiches. Finalement, seule la radio resta. Ses objectifs visent à améliorer le bien-être physique et psychologique des réfugiés, à aider à la réconciliation, à appuyer l'administration des camps, à être un outil pastoral pour JRS et à maintenir informés les réfugiés sur les événements dans leur pays. Des Comités d'information furent établis dans les camps, comme autant de points de rencontre.

Après le retour massif des réfugiés du Rwanda en décembre 1996, le JRS décida que *Radio Kwizera* devait continuer, pour servir les réfugiés du Burundi qui restaient encore dans les camps. Au fil des ans, la station vit grandir aussi un public au sein de la population tanzanienne. Actuellement, *Radio Kwizera* compte trois types d'auditeurs : les réfugiés, les villageois de la région rurale de l'ouest de la Tanzanie et la population du Burundi et du Rwanda. Ces deux petits pays sont dans le rayon d'influence de *Radio Kwizera*, ce qui implique une responsabilité supplémentaire pour la station dans sa contribution en faveur de la paix et de la réconciliation.

La station émet de 9h00 à 22h00, un total de 91 heures hebdomadaires, dont 30 en langue kirundi (pour les réfugiés) et 48 en swahili (pour les Tanzaniens). Les programmes d'information et d'éducation s'élèvent à 49 heures, et le divertissement et la musique occupent les 42 heures restantes. Aucun programme n'est rediffusé. La programmation inclut des émissions éducatives pour les écoles primaires, des programmes sur la sexualité, la santé de la mère et de l'enfant, l'environnement, les mesures sanitaires, l'agriculture et l'élevage, les informations, les thèmes d'actualité, les segments pour enfants et jeunes, la religion, les initiatives de développement, les messages et la musique, ainsi qu'un programme de suivi des réfugiés qui a contribué à la réunification des familles.

Certaines organisations soutiennent des programmes sur l'éducation, la santé, les problèmes relatifs aux femmes (Aide norvégienne), l'eau et les mesures sanitaires (Oxfam), la distribution alimentaire (PAM), les campagnes de vaccination (UNICEF) et l'environnement (Société assistance au développement, en anglais *Relief to Development Society*, REDESO). De plus, la radio rediffuse des programmes en anglais, en français et en swahili produits par Radio france international (RFI) et par la Deutsche Welle, et des programmes enregistrés de RFI, de la radio des Nations Unies, de l'institut Panos (Bamako) et d'Africa Radio Service (Nairobi). Bien que ces programmes soient rediffusés dans d'autres langues, la plupart sont des productions locales. Deux équipes de production (une parlant le kiswahili et l'autre le kirundi) sont garantes de la production de nouvelles et de programmes pour les réfugiés et pour la population tanzanienne.

Radio Kwizera a pour politique le souci des plus pauvres et des plus vulnérables, les femmes et les enfants, la créativité culturelle, le dialogue inter-confessionnel et la formation de ses employés. La radio propose des formations pour améliorer le niveau technique du personnel.

ORIGINES ET CONTEXTE

En 1994, par peur de représailles des troupes tutsis, plus d'un demi-million de Hutus se réfugièrent en Tanzanie, constituant un des plus grands défis humanitaires de la dernière décennie du XXème siècle. Une complexe histoire de rivalités ethniques et de luttes pour le pouvoir fit éclater une guerre que la communauté internationale ne put prévenir.

Les premiers camps de réfugiés furent installés près de Ngara, un petit village près du lac Victoria, à moins de 35 kilomètres des frontières du Burundi et du Rwanda. En décembre 1996, les réfugiés hutus furent expulsés vers leurs pays par l'armée, et le HCR fut le triste instrument de ce processus de retour forcé encouragé par le gouvernement tanzanien.

Les changements politiques au Burundi provoquèrent de nouvelles vagues de réfugiés. En mars 2000, il y avait déjà douze camps de réfugiés installés le long de la frontière avec le Burundi : Greater Lukole (114 503 réfugiés), Lugufu (50 386), Mtabila (55 630), Muyovosi (35 869), Myarugusu (53 384), Karago (45 244), Nduta (51 432), Kanembwa (17 684), et Mtendeli (48 269) sont les principaux. Près de 80 % des réfugiés sont des femmes et des enfants, seuls les 20 % restant sont des hommes adultes. 347 536 réfugiés sont arrivés du Burundi et 103 781 de la RDC. Les réfugiés ne sont pas autorisés à s'éloigner de plus de 4 kilomètres des camps. La pression d'une masse de population aussi importante se fait sentir sur l'environnement. La nécessité de bois pour cuisiner a ainsi pratiquement fait disparaître les arbres aux alentours.

IMPACT SOCIAL

Est-il possible de mesurer l'impact d'une radio qui prône la paix et la réconciliation ? Si les objectifs finaux de *Radio Kwizera* ne sont pas faciles à évaluer à si court terme, d'autres programmes ont déjà donné des preuves du potentiel de la station pour changer la vie de milliers de personnes.

Le programme de recherche des réfugiés, diffusé en coordination avec la Croix Rouge de Tanzanie (TRC), a eu un impact profond sur les réfugiés et sur les familles restées au Rwanda ou au Burundi, ou qui se sont enfuies vers d'autres camps de réfugiés proches de la frontière. Même le segment des messages personnels est radicalement différent de ceux des stations normales. À *Radio Kwizera*, les messages disent : « Je suis vivant, j'ai survécu ». La collaboration des ONG dans la production de programmes est une autre réussite importante ; parmi les principales, on trouve Aide norvégienne pour le peuple (*Norwegian People Aid*, la NPA), Oxfam, le Programme alimentaire mondial (PAM), l'UNICEF et le REDESO. Les ONG ont profité de leur relation avec *Radio Kwizera* pour améliorer leurs instances de coordination.

Le mandat de *Radio Kwizera* établit que la station doit donner à la communauté les moyens de dialoguer. En 1998, un sondage a été réalisé avec les auditeurs des camps de Ngara et Lukole pour évaluer l'audience, développer de nouvelles stratégies et déterminer le niveau de conscience par rapport à *Radio Kwizera*. Les résultats ont montré que le fait d'émettre 13 heures par jour donne une identité très forte à la station. La radio a su équilibrer l'information, l'éducation et le divertissement dans la programmation. Par exemple, elle a utilisé des feuilletons radio pour traiter de thèmes aussi importants que le SIDA. La popularité de *Radio Kwizera* est constante aussi bien parmi les réfugiés qu'au sein de la population locale.

En 1999, un rapport d'évaluation de la radio recommandait fortement au JRS de soutenir des projets similaires et de développer « un modèle pour mettre en place des stations de radio portables dans des situations similaires » dans le monde.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Les installations de *Radio Kwizera* à Ngara sont équipées d'un émetteur de 2,5 kilowatts, d'une antenne de 36 mètres, de plusieurs paraboles, d'ordinateurs et de pièces pour trois studios d'enregistrement, d'une salle de réunions et d'un espace pour les reporters. À Kibondo, on a installé un répétiteur de 50 watts (qui a commencé à fonctionner en juillet 1999) pour élargir la couverture aux nouveaux camps de réfugiés au sud de Ngara. Cet émetteur, ainsi que l'antenne et le récepteur, sont alimentés par des panneaux solaires.

Quatre des vingt employés de *Radio Kwizera* sont des réfugiés du Burundi qui vivent dans les camps et ont des permis spéciaux pour se rendre à la radio tous les matins. C'est l'unique exemple de participation directe de la communauté.

Tous ceux qui travaillent à *Radio Kwizera* font office d'animateurs, de scénaristes et de reporters. De plus, la station compte 60 collaborateurs occasionnels qui envoient des informations depuis les camps de réfugiés.

OBSTACLES

En 1996, le HCR apporta son soutien avec un émetteur plus puissant, ce qui créa ensuite un point de discorde entre la station et cette agence des Nations Unies. Le HCR retira son soutien fin 1996 parce qu'il ne voyait pas l'utilité de la radio après le retour des réfugiés, tandis quele JRS défendait le droit de continuer d'émettre pour *Radio Kwizera*.

En raison de la pauvreté généralisée, les récepteurs radio sont peu nombreux dans les campements. Seule une famille sur douze en possède un. À Karagwe, des radios à manivelle « *Free Play* » (qui fonctionnent sans piles) furent distribuées, mais elles n'eurent pas beaucoup de succès car elles sont très volumineuses, les pièces en plastique sont fragiles, la charge manuelle ne dure que quinze minutes et elles sont trop chères. Un sondage du PAM révéla que les réfugiés préféraient mettre de l'argent de côté pour acheter des piles (coût : 300 shillings ou 0,40 dollars la paire). Un petit récepteur portable coûte 14 000 shillings (18 dollars).

Il n'a pas été facile de recruter du personnel expérimenté pour travailler à Ngara, c'est pourquoi la formation était indispensable. Les difficultés de communication s'ajoutent aux difficultés précédentes : les lignes téléphoniques ont été installées seulement en mars 2000 même si le contact avec *Radio Kwizera* par email fut possible grâce aux fréquences radio.

Conséquence de la délicate situation politique, l'éditeur en chef des programmes en kirundi est tanzanien. La participation des réfugiés est très limitée. On veut l'étendre peu à peu mais en faisant attention de ne pas diffuser des contenus qui puissent réveiller de nouveau la rivalité ethnique entre Hutus et Tutsis. L'évaluation de 1999 recommanda que la station ne fût pas transférée à la communauté : d'une part, parce que les réfugiés rentreraient chez eux si les conditions politiques s'amélioraient ; d'autre part, parce que la population tanzanienne n'aurait pas les ressources nécessaires pour faire fonctionner la station.

RÉFÉRENCES

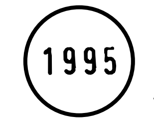
Chapitre rédigé sur la base d'une visite à *Radio Kwizera* et au campement de Greater Lukole, en mars 2000, et d'entretiens avec P. Hugues Deletraz (directeur), et le personnel de la station, en particulier : Hilaire Bucumi, Alex Modest, Januarius Rugaimukamu, Bonifas Mpagape, et Lioba Mbuva.

L'information initiale et la motivation pour arriver jusqu'à Ngara résultent d'une initiative de l'ancienne directrice Alice W. Munyua.

Un document important, quoiqu'indisponible à la distribution, est : O'Shea, Barbara, Githaiga, Grace et Musungule, Wycliffe. *Rapport d'évaluation*. Juillet 1999.

Radio Kwizera est joignable par courrier électronique.

RÉSEAU DE COMMUNICATION COMMUNAUTAIRE



1995 Kenya

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Kenya Community Media Network (KCOMNET)
PAYS :	Kenya
OBJECTIFS :	Mise en réseau, communication et participation
LIEU :	Thika, Eldoret, Ugunja, Kisii, Meru, Kiambu, Muranga, Kibwezi, Homabay et Nairobi
BÉNÉFICIAIRES :	Une douzaine d'organisations de base
PARTENAIRES :	EcoNews Afrique
FINANCEMENTS :	Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Panos Institute, Fondation Ford, Conservation Development Fund (CDF-USA)
MÉDIAS :	Médias imprimés, radio, formation

ANECDOTES

Nkirote est une jeune fille qui est encore à l'école et qui se prépare à rentrer à la maison pendant les vacances. Kimaita, son père, enthousiasmé à l'idée que sa fille sera bientôt une mwari (l'étape intermédiaire entre une enfant et une femme) circule dans le village en annonçant à ses amis l'imminente « cérémonie » d'excision ; il ne veut pas, en effet, que sa fille continue d'être une mukenye (une jeune fille qui n'a pas été circoncise).

Les vacances arrivent et Nkirote rentre chez elle sans connaître les plans qu'a son père pour elle. La mère n'a pas le droit de donner son opinion sur le sujet, mais, visiblement, elle soutient son mari. Mugambi, un voisin, est un professeur qui dirige une campagne pour que les jeunes filles participent à une cérémonie simulée (où on ne « le leur coupe » pas), où on leur apprend l'importance et les responsabilités qu'implique le fait d'être une femme, et une femme respectée par la communauté.

Nkirote apprend ce qui l'attend quand les personnes commencent à arriver à la maison. Les hommes boivent allègrement du kathoroko (alcool local), tandis qu'ils entonnent joyeusement des chansons sur la circoncision.

Les femmes lui glissent des mots d'encouragement et lui disent de ne pas avoir peur car elle sera bientôt comme elles, une « grande ».

Nkirote fuit, se réfugie dans la maison de Mugambi, et le met au courant de la « cérémonie ». Mugambi se rend à la maison de Kimaita, où il parle avec les invités des risques de la circoncision féminine et propose comme alternative une cérémonie simulée. Il cite le cas de sa propre fille comme exemple. Après beaucoup de discussions et d'explications, les villageois sont d'accord pour que la cérémonie se fasse sans blessure corporelle. Ils comprennent les dangers qui sont associés à l'excision génitale dans ce monde moderne.

La célébration a lieu et Nkirote se soumet à la cérémonie simulée, avec l'accord de ses parents. Elle apprend ainsi les valeurs et le sens de cette cérémonie. Et en plus, Nkirote n'a pas été blessée. — Écrit par Jenifer Njiru de Mutindwa Theatrix.

DESCRIPTION



Le *Réseau de communication communautaire du Kenya (Kenya Community Media Network, KCOMNET)* prône des structures de communication horizontales pour le développement, assumées et dirigées par les communautés, à la différence des structures d'information verticales. La communication communautaire renforce les valeurs de solidarité et de participation qui sont des éléments importants dans le processus de développement.

Le potentiel des moyens de communication communautaires pour promouvoir la participation populaire dans la discussion des thèmes d'intérêt public est évident. Le développement implique que les gens explorent leur environnement naturel, en respectant la culture et l'environnement. Le peuple doit connaître son histoire, les besoins communautaires et les obstacles qui s'opposent à la réalisation de ses rêves.

Les structures de communication communautaire pourraient satisfaire les besoins énoncés ci-dessus, en renforçant des communautés, en leur faisant prendre conscience des nouvelles possibilités et options qu'elles ont pour répondre à leurs besoins.

Plus de douze groupes communautaires se sont unis à *KCOMNET*. En voici quelques-uns :

- **Cinq siècles** (Nairobi) est un groupe qui travaille sur l'éducation civique et utilise le théâtre pour promouvoir la connaissance de la Constitution.
- **Jeune étoile Kairi** (Thika) est un groupe d'artistes de la communauté de Kikuyo qui crée des chansons avec des messages sociaux.
- **Le Groupe de théâtre Eldo** (Eldoret) est le seul groupe actif dans la vallée du Rift ; il utilise des chansons et des danses pour communiquer sur les thèmes de la nutrition, de la prévention du SIDA etc.
- **Le Centre de ressources d'Ugunja** (Ugunja) est un réseau de petits groupes impliqués dans le théâtre sur le SIDA/MST et une bibliothèque pour jeunes.
- **Marionnettes pour la santé familiale** (Homabay) s'adresse aux jeunes ; avec des marionnettes, il aborde le sujet des grossesses précoces, les MST/SIDA et d'autres thèmes.
- **Rêves d'Afrique** (Nairobi) est un groupe de théâtre dont les acteurs sont des enfants des rues.
- **Miroir Tech d'Igonga** (Kisii) est un groupe qui compose des chansons pendant les représentations pour créer des histoires en rapport direct avec l'auditoire.
- **Mutindwa Theatrix** (Meru), au moyen de représentations dramatiques, s'attaque au problème de la circoncision féminine, et conseille au public de célébrer à la place une cérémonie symbolique.
- **Mumbi Theatric** (Muranga) utilise la poésie autochtone, des chansons et des pièces pour divertir et éduquer sur des thèmes de santé.
- **Le Projet communautaire Mangelete** (Kibwezi) a commencé comme un centre de ressources de communication pour femmes et est devenu un projet pilote de radio communautaire.
- **Talking Calabash** (Nairobi) est un groupe de musiciens avec des instruments africains qui compose des chansons sur des thèmes sociaux.
- **Le Centre de ressources d'information des quartiers** (Nairobi) dispose d'un réseau de reporters et il produit un bulletin communautaire, et filme son activité en vidéo.

KCOMNET a l'intention d'augmenter jusqu'à la fin de l'an 2000 le nombre de groupes membres et de leur offrir une formation au niveau des districts.

KCOMNET développe de plus une campagne de haut niveau pour obtenir l'établissement de stations de radio et de télévisions communautaires au Kenya. En coordination avec d'autres institutions, il encourage une révision en profondeur des dispositions légales qui régissent les moyens de communication au Kenya.

ORIGINES ET CONTEXTE

La communication communautaire diffère des médias commerciaux :

- Elle n'a pas de motivations commerciales et n'appartient pas au gouvernement.
- Elle est participative et orientée vers l'action, sa première mission est le renforcement de la communauté.

- Elle est libre de toute interférence de l'État et des secteurs publics et commerciaux.
- Elle reçoit un financement tant du secteur public que du secteur privé, selon ce qui convient aux communautés impliquées.

La communication communautaire permet aux communautés marginalisées de débattre des problèmes locaux qui les préoccupent ; ceci facilite le lien entre le développement, la démocratie et la communication communautaire.

Le *KCOMNET* fut créé en novembre 1996 pendant un séminaire sous-régional de communication communautaire pour les participants du sud et de l'est de l'Afrique. Là, on reconnut le rôle fondamental de la communication communautaire dans le développement, et les participants kenyans tombèrent d'accord pour mener le processus plus avant. On identifia la formation de réseaux comme un moyen utile pour optimiser et appuyer les efforts tendant à développer des programmes concrets. Initialement, le projet faisait partie du cadre institutionnel plus large d'*EcoNews Afrique*, qui fournit la couverture légale, des espaces dans ses bureaux et un appui de secrétariat, des frais courants et de communication.

IMPACT SOCIAL

La principale contribution de *KCOMNET* consiste à faciliter le travail en réseaux de petits groupes communautaires qui sont dispersés dans les provinces du Kenya. Ces groupes manquaient d'appui externe et vivaient très isolés. Le réseau apporta une aide en facilitant les échanges entre les groupes et en les formant afin de renforcer leur organisation interne et d'augmenter leur capacité technique à intervenir dans le domaine communautaire. La formation inclut des modules adaptés aux nécessités de spécialisation de chaque groupe, ainsi que des nouvelles compétences liées à la commercialisation et à d'autres mesures de pérennité. Par conséquent, des modèles furent développés sur les dynamiques de groupe, les techniques participatives de production communautaire, l'administration d'entreprise et les techniques de marketing, l'introduction aux campagnes de communication sociale etc.

Chaque groupe identifie les problèmes qui l'affectent et la manière la plus adéquate de les résoudre. Ce processus fut fondamental pour identifier les besoins en formation et pour que les groupes prennent conscience des évolutions dans leur environnement. Actuellement, ils se sentent plus à même d'articuler leurs problèmes. Certains sont maintenant capables de gérer leurs relations avec l'administration provinciale et développent leurs activités sans être harcelés par les inspecteurs de l'administration. La plupart se sont impliqués dans des campagnes sociales sur différents thèmes qui affectent les communautés.

En résumé, ils se rendent désormais compte qu'ils constituent un « canal de communication » accessible à la majorité de la population.

Il est important de mentionner également que le réseau *KCOMNET* est devenu une institution reconnue, capable d'influencer ceux qui formulent les politiques nationales relatives aux décisions sur la politique de communication au Kenya. Dans le cadre de ces activités de pression, le document sur sa prise de position intitulé « Cadre de régulation de la diffusion communautaire au Kenya » fut présenté en 1996 au groupe de travail sur les lois de la communication (*Task Force on Media Law*). C'est ainsi que plus tard, le « Projet de loi sur la diffusion communautaire » fut présenté au procureur général et aux parlementaires pour leur approbation.

MÉDIAS ET MÉTHODES

KCOMNET travaille sur deux axes principaux : a) formation et renforcement institutionnel, et b) pression pour obtenir un cadre général réglementaire de la diffusion communautaire.

La formation est réalisée à travers des stages. Les membres du noyau central de *KCOMNET* organisent des sessions d'initiation à la communication pour les membres des groupes de communication communautaire. Une évaluation des besoins permet d'identifier ceux qui demandent plus de formation, ainsi que de formuler les objectifs du cours.

Les groupes qui font partie du *KCOMNET* utilisent diverses méthodes et moyens pour atteindre leurs objectifs : théâtre populaire, chansons, poésie, musique en direct, marionnettes, groupes d'écoute de radio, bulletins communautaires sont les outils utilisés le plus fréquemment.

Le réseau organise de plus un festival annuel dans lequel tous les groupes se retrouvent pour échanger et partager leurs expériences.

OBSTACLES

Le concept de communication communautaire n'a pas été encore intégré au Kenya, ni par les hommes politiques ni par les communautés. *KCOMNET* considère que le concept de communauté doit être mieux défini, en particulier en raison des nuances politiques associées aux « tribus ». En réalité, il y a différentes perceptions de ce qu'est une communauté, et c'est pour cela qu'une compréhension du terme « communauté » (qui fait généralement référence à une entité géographique) acceptée par tous est importante. La notion de communauté se réfère également à un groupe de personnes qui ont des intérêts communs.

Le volontariat prévalent dans les moyens de communication communautaires est un des problèmes auxquels est confronté

le réseau *KCOMNET*. Tous les membres du noyau central de *KCOMNET*, y compris le coordinateur, travaillent en parallèle pour d'autres organisations, et par conséquent, leur disponibilité pour réaliser les tâches dans les délais impartis n'est pas garantie. Le défi est de pouvoir compter sur du personnel stable et permanent qui puisse mettre en œuvre à l'échelle nationale les décisions prises par le siège.

La communication entre le secrétariat de *KCOMNET* et les groupes communautaires n'est pas toujours rapide. En effet, la plupart des groupes n'a pas accès au téléphone et utilise les services de courrier qui ne sont pas les plus efficaces. Plusieurs groupes ont eu des difficultés à envoyer leurs rapports au secrétariat. Le processus est lent et le non respect des délais impartis affecte certaines activités.

« Un autre défi est de changer l'attitude de la société, de sorte que la communication communautaire occupe la place qu'elle mérite et que ceux qui travaillent dans ce secteur cessent d'être considérés comme de simples promoteurs de divertissement. Ceci est particulièrement important vis-à-vis du théâtre communautaire, où on a tendance à traiter les acteurs comme des clowns », ajoute Grace Githaiga.

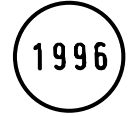
RÉFÉRENCES

Informations obtenues de la coordinatrice de *KCOMNET*, Grace Githaiga, à Nairobi, en mars 2000, et complétées par courrier électronique.

Une autre source importante d'information est le bulletin *Community Media News*, qui sortit le no. 6 en décembre 1999.

De plus, consultation du site Web d'*EcoNews Afrique* : http://www.web.net/~econews/

PULSAR



Régional, Amérique latine

FICHE TECHNIQUE

NOM : Agencia Informativa Púlsar

PAYS : Régional, Amérique latine

OBJECTIFS : Réseau d'information et de communication

LIEU : Quito (Équateur)

BÉNÉFICIAIRES : Radios communautaires d'Amérique latine

PARTENAIRES : Centre d'éducation populaire (CEDEP), Association mondiale de radiodiffuseurs communautaires (AMARC), RedADA, Red Científica Peruana (RCP)

FINANCEMENT : Communication Assistance Foundation (CAF/SCO), Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), Swedish International Development Agency (SIDA), Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

MÉDIAS : Radio, Internet, courrier électronique

ANECDOTES

Nous sommes encore loin d'un monde où tous les peuples auraient un accès égalitaire à l'information et aux ressources technologiques. Les nouvelles technologies peuvent jouer un rôle ambigu dans la poursuite de cet objectif : d'une part, elles apportent une contribution notable à la démocratisation de l'information et de la communication, mais d'autre part, si on ne les contrôle pas, elles peuvent ouvrir un abîme toujours plus profond entre les riches et les pauvres de l'information.

Il ne suffit pas de se concentrer exclusivement sur le développement quantitatif de l'infrastructure de communication en Amérique latine (plus d'ordinateurs, plus de satellites, des bandes plus larges, une vitesse plus grande). Nous devons aussi développer une stratégie qui permette la consolidation des réseaux de communication sociale qui existent dans la région.

En facilitant l'accès à Internet, Pulsar donne une impulsion modernisatrice à la programmation des radios des « pauvres de l'information » du continent. AMARC et CEDEP ajoutent ainsi leur grain de sable, ou plutôt, leur grain de silicone, à la démocratisation de la communication en Amérique latine. — Bruce Girard, ancien directeur de *Pulsar*.

Le projet *Pulsar* comprend les tâches suivantes :

1. Identifier sur Internet des sources d'informations de haute qualité.
2. Sélectionner quotidiennement des informations internationales et les éditer dans un style radiophonique adapté pour leur distribution aux stations communautaires via Internet, en mettant la priorité sur les informations d'Amérique latine et des Caraïbes et en en réservant un tiers aux régions restantes.
3. Offrir des formations et un soutien aux radios communautaires qui le sollicitent.
4. Établir un réseau régional de correspondants qui envoient des informations au réseau de stations communautaires.
5. Appuyer les stations qui veulent utiliser les avantages d'Internet, en les conseillant sur la disponibilité et l'utilité des données sur des thèmes liés aux droits de l'homme, à l'agriculture, l'économie et d'autres thèmes d'intérêt communautaire.

DESCRIPTION

Púlsar
Agencia Informartiva

L'Association mondiale de radiodiffuseurs communautaires (AMARC) qui regroupe des centaines de stations du monde entier suggéra déjà lors de sa II[ème] Assemblée générale en 1986, la création d'une agence qui pourrait distribuer des nouvelles indépendantes pour le nombre croissant de stations communautaires d'Amérique latine, d'Afrique et d'Asie. On considéra alors que le coût d'une telle opération était très élevé. Internet ne s'était pas développé suffisamment, les ordinateurs et les programmes étaient chers et peu efficaces, et le fax, seul moyen de transmettre des informations immédiatement, était très coûteux. Cependant, l'idée d'une agence d'informations se présenta de nouveau lors de conférences successives de l'AMARC, jusqu'à ce qu'en 1995, lors de son Assemblée générale au Sénégal, l'AMARC reconnût que la technologie avait évolué suffisamment pour que sa proposition devienne réalité.

Pulsar commença en 1996 avec l'objectif de fournir aux radios communautaires d'Amérique latine des informations utiles aux auditeurs. Les souscripteurs du service de *Pulsar* passèrent de 48 en mars 1996 à 1 860 en 1999. C'étaient, en majorité, des stations de radio (441) mais aussi des ONG (344) et des universités (296), qui utilisaient l'information soit pour leurs bulletins d'information, soit pour l'enseignement, soit pour des analyses politiques. Environ 40 % des souscriptions provenaient de pays non latino-américains.

Pour commencer, *Pulsar* produisit un bulletin quotidien de 12 à 15 dépêches. Fin 1996 s'ajouta un « *Comunicado* » mensuel pour les souscripteurs et en 1997 et 1998 furent créés divers services spécialisés :

- *En Línea* et *Compendio* : informations éditées et distribuées quotidiennement, clips audio compris ;
- *Ciberbrujas* : produit en collaboration avec l'ONG bolivienne RedADA, service hebdomadaire d'informations sur les femmes latino-américaines ;
- *Ñuqanchik* : bulletin quotidien d'informations en quechua, la principale langue de la région, parlée par quelques huit millions de personnes.

Le coût de fonctionnement annuel de *Pulsar* est passé de 30 000 dollars US en 1996, à 100 000 dollars US en 1997. Les fonds furent accordés par *Communication Assistance Foundation* (CAF), une ONG hollandaise, l'UNESCO et SIDA (Suède). En mars 1998, l'AMARC prit *Pulsar* à sa charge.

Dès sa création, *Pulsar* a poursuivi les objectifs suivants :

1. Améliorer la programmation, établir la crédibilité et élargir l'impact des radios communautaires et indépendantes d'Amérique latine.
2. Contribuer à la modernisation technologique des stations indépendantes et communautaires.
3. Garantir une plus grande couverture des informations et une plus grande connaissance des problèmes mondiaux et régionaux ; promouvoir des thèmes liés au développement démocratique, à l'intégration régionale, à la paix et aux droits de l'homme, et au droit à l'information.
4. Promouvoir le pluralisme et la participation aux niveaux local, national et régional, en donnant la priorité aux secteurs les plus exclus.

« *Pulsar* a réalisé dès le début qu'il ne pouvait pas se constituer en service totalement alternatif. C'est pourquoi il a tenté de maintenir un équilibre entre les informations traditionnelles et l'information alternative pour offrir ainsi un service 'complet' : un service uniquement 'alternatif' n'aurait pas intéressé beaucoup de stations. *Pulsar* est accepté et a la capacité de canaliser l'impact de la société civile. Les agences purement alternatives sont discréditées aux yeux de nombreux directeurs », assure Bruce Girard.

ORIGINES ET CONTEXTE

Les radios communautaires en Amérique latine se sont multipliées rapidement depuis les années cinquante. Les premières expériences furent motivées politiquement comme une réaction contre les réseaux d'information commerciaux ou d'état qui excluaient totalement de

leur programmation les voix de la majorité. Plus que tout autre moyen de communication, la radio parle le langage et a même l'accent de la communauté dans laquelle elle s'insère. La programmation des stations communautaires est liée aux intérêts locaux et apporte généralement d'importantes contributions au renforcement et à la protection de l'identité culturelle et des valeurs sociales.

La radio ne fut pas cependant épargnée par la *mondialisation*. Comme la télévision ou les journaux, elle est très influencée par les agences internationales d'information, en majorité nord-américaines ou européennes. Les conglomérats nationaux des moyens d'information, souvent des groupements d'entreprises de radios, journaux et télévisions, dominent largement les flux d'information.

Les radios les plus petites luttent pour survivre, pour élargir leur influence sur la communauté et pour défendre les intérêts locaux et nationaux. Ces stations sont des projets communautaires, souvent soutenus par l'église catholique, par des ONG locales ou même des syndicats. « La même technologie qui rend possible la mondialisation, permet à ces stations de radio de travailler avec la société civile dans une tentative d'influence du village mondial », souligne Bruce Girard, ancien directeur de *Pulsar.*

En 1995, la situation des radios communautaires d'Amérique latine est devenue critique, exigeant de nouvelles alternatives :

- La nouvelle législation libérale entraîna la création de centaines de radios commerciales qui entrèrent immédiatement en compétition pour capturer des parts du marché ;
- Plusieurs pays reconnurent un statut légal aux radios communautaires ouvrant ainsi la possibilité d'obtenir des nouvelles fréquences ;
- La coopération internationale a montré un intérêt croissant pour l'Afrique ; l'Amérique latine a dû chercher de nouvelles sources de financement ;
- Les plus grandes entreprises d'information ont établis des réseaux nationaux qui accroissent leur contrôle sur les petites stations.

IMPACT SOCIAL

En plus de générer un volume d'information qui auparavant était hors de portée des radios communautaires, *Pulsar* prôna leur mise en réseau. Le contact quotidien avec des centaines de stations grâce au courrier électronique et à Internet, soit pour distribuer les bulletins, soit pour recevoir des informations des correspondants, contribua à la formation d'un fort sentiment d'identité entre les radios communautaires.

La stimulation que les stations communautaires reçurent de *Pulsar* pour moderniser leur équipement et profiter des avantages des nouvelles technologies fut un autre élément important. Dans le cas des radios qui n'avaient pas les moyens d'acheter des ordinateurs et de payer les services d'Internet, *Pulsar* facilita le lien avec des ONG, par exemple, la Red Científica Peruana, qui sponsorisa l'installation de cabines publiques d'Internet.

Le quechua est une langue fondamentalement orale, parlée par huit millions de personnes dans la région andine, et écrite seulement par une poignée d'intellectuels. La diffusion, grâce à Internet, de programmations en quechua, constitua une autre étape importante dans une région dominée par les informations en espagnol, et, sur la Toile, en anglais. *Ñuqanchik* est une alternative pour promouvoir les langues locales et la diversité culturelle.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Quand *Pulsar* commença ses activités, seules quelques stations de radio utilisaient Internet et le courrier électronique. *Pulsar* encouragea donc l'utilisation des nouvelles technologies pour garantir l'expansion du réseau. Un cédérom intitulé « Voyage virtuel » fut spécialement conçu et distribué à 350 stations de radio pour expliquer les avantages des nouvelles technologies.

La formation a toujours été l'une des principales préoccupations de *Pulsar*, faisant systématiquement partie des thèmes à l'ordre du jour des réunions annuelles des correspondants. De la même façon, on maintient une liste électronique de discussion entre les correspondants et le bureau de Quito. *Pulsar* a élaboré une « Cartilla para Corresponsales » très complète, avec des guides qui couvrent la sélection d'informations, l'édition, l'équipement nécessaire et une section sur les documents audio envoyés en attaches par courrier électronique.

Les principaux objectifs de la formation sont : a) démystifier les nouvelles technologies de communication et Internet en termes d'accès (compétences et coût) ; b) fournir une formation de base en particulier sur le courrier électronique ; c) profiter des périodes de formation pour évaluer les services de *Pulsar*. L'agence a élaboré des manuels et des matériels pour les sessions de formation, y compris des répertoires Web pour faciliter la recherche d'informations.

OBSTACLES

Bien que *Pulsar* ait obtenu que les souscriptions passent au nombre de 2 000 (la moitié en Amérique latine), très peu payaient en réalité leur abonnement. L'idée de départ était de financer *Pulsar* grâce aux abonnements : 500 abonnés à 25 dollars mensuels feraient un total de 150 000 dollars US par an. Mais à un moment donné, *Pulsar* prit la décision d'offrir le service gratuitement. « Il est très difficile de faire des paiements internationaux en Amérique latine. Entre les impôts et les commissions que prennent les banques, on peut perdre l'ensemble des 25 dollars US d'un abonnement en Argentine. Le coût de facturation, y compris les coûts d'infrastructure, aurait obligé *Pulsar* à monter

le prix de l'abonnement d'une façon drastique, en mettant le service hors de portée de la majorité des stations communautaires. En vendant l'abonnement à une station, beaucoup d'autres le reçoivent 'par rebond' gratuitement. Le problème, c'est qu'une fois la décision prise de ne pas financer l'agence avec les abonnements, on ne s'est pas mis sérieusement à la recherche d'une solution alternative. *Pulsar* a choisi la commodité de chercher des appuis dans la coopération internationale, au lieu d'inventer quelque chose de nouveau », ajoute Bruce Girard.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre s'appuie sur des documents de *Pulsar* et des échanges d'informations avec Bruce Girard, fondateur et ancien directeur de l'agence.

Le site Web : http://www.pulsar.org.ec/ fut créé en 1996 pour faire la promotion de *Pulsar*.

Girard, Bruce. « Community Radio, Gateway to the Information Revolution ». In *Voices*. Bangalore, Inde : Vol. 3, no. 3, décembre 1999.

Girard, Bruce. « *Pulsar* : Dos años de radio en Internet ». In *Chasqui*. [Revue latino-américaine de communication], Quito : no. 61, mars 1998.

Girard, Bruce. « Pluralismo, radio e Internet ». In *Chasqui*. [Revue latino-américaine de communication], Quito : no. 59, septembre 1997.

Pinto, Lorencita. *Combinando la radio y el Internet*. Santiago du Chili : symposium régional de ITU/FES, 25–28 août 1999.

RADIO COMMUNAUTAIRE DE MOUTSE



Afrique du Sud

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Moutse Community Radio Station (MCRS)
PAYS :	Afrique du Sud
OBJECTIFS :	Renforcement de la femme, développement communautaire
LIEU :	Moutse (Province Mpumalanga)
BÉNÉFICIAIRES :	Femmes rurales
PARTENAIRES :	Rural Women's Movement (RWM), National Community Radio Forum (NCRF)
FINANCEMENT :	Open Society Foundation of South Africa, Communication Assistance Foundation (CAF/SCO), Australian Agency for International Development (AusAID)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Les femmes rendirent visite aux chefs de la communauté demandant leur approbation pour installer la radio. Les chefs leur dirent que c'était une bonne idée, mais tentèrent de les décourager en leur disant que le projet échouerait s'il restait entre les mains des femmes, bien qu'elles aient réussi à mobiliser les gens autour des problèmes de plus grande importance pour la vie communautaire.

Deux facteurs semblaient être en jeu : premièrement, aux yeux des chefs, il était inapproprié que les femmes s'impliquent dans la technologie ; à la différence de l'eau et de l'électricité, la radio ne paraissait pas liée directement au foyer. Deuxièmement, les chefs en avaient marre de voir les femmes de la zone gagner autant de reconnaissance pour leurs campagnes réussies, et sentaient qu'il était grand temps que les hommes réaffirment leur rôle dominant dans le contexte des changements imminents en Afrique du Sud.

Après avoir considéré les conséquences pratiques, les femmes annoncèrent aux chefs leur décision de continuer le projet. Plus encore, comme il s'était déjà écoulé un certain temps depuis que les chefs avaient manifesté leur

refus, les femmes déclarèrent que si les hommes s'en mêlaient, ils passeraient sûrement leur temps à boire de la bière.

Après trois ans de travail intensif, le rêve du Mouvement des femmes rurales de monter une station de radio à Moutse devint réalité. La station sortit sur les ondes à 6h00 du matin le 8 novembre 1997. Des centaines de personnes assistèrent à l'inauguration, les femmes revêtirent leurs habits traditionnels et montrèrent les noms de leurs villages sur les colliers de grains qui ornaient leur cou. Les villageois arrivèrent en groupes, se déployant en arc-en-ciel autour du local de la station. Ils battirent du tambour, chantèrent des chansons et firent des discours. Ils jetèrent les os pour diagnostiquer et assurer la bonne santé de la station.

Les rites traditionnels et modernes se combinèrent d'une manière qui exprimait la particularité de la communauté de Moutse. Tous eurent leur chance de dire quelque chose au micro, et ensuite, Ma Lydia Komape, fondatrice du Mouvement des femmes rurales, le maire de Moutse, Conrad Tjiane, et le chef Piet Mathebe coupèrent ensemble le ruban déclarant la Radio communautaire de Moutse une ressource locale. — Écrit par Tracey Naughton, consultante indépendante de la *Radio communautaire de Moutse*.

DESCRIPTION



La *Radio communautaire de Moutse* (*Moutse Community Radio Station*, MCRS) fut créée par des membres du Mouvement des femmes rurales (*Rural Women Movement*), une organisation nationale d'Afrique du Sud qui représente les intérêts des femmes rurales. Selon l'une des membres, Lahliwe Nkoana : « *La Radio communautaire de Moutse* est le résultat de nombreuses années de combat dans la communauté. Pendant des années, la communauté rurale, principalement les femmes, fit campagne pour les droits à l'éducation, à l'eau, aux soins de santé, à l'électricité, à la démocratie et pour l'abolition de la polygamie qui discrimine les femmes rurales. »

Grâce à un émetteur de 250 watts, le signal de la radio peut toucher 1 200 000 personnes, beaucoup plus que la population de Moutse. Des organisations du monde entier contribuèrent à la création de la radio. Un groupe national, l'Open Society Foundation d'Afrique du Sud, finança la cabine d'enregistrement, qui contient l'équipement de base : un lecteur de disques compacts, un enregistreur, un lecteur/enregistreur de mini-disques, des micros et une console de mixage du son. La station fut installée dans une ancienne construction qui appartient au Département de l'Agriculture, un lieu plus stable que la pièce où le groupe se réunissait auparavant et qui était la propriété de l'ANC (*African National Congress*).

La station compte un conseil d'administration qui définit les lignes directrices générales, cinq employés permanents qui coordonnent la formation, l'administration et les départements techniques et de programmation, et douze volontaires qui travaillent comme animateurs. La radio est membre du Forum national de radios communautaires (*National Community Radio Forum*, NCRF), l'entité nationale qui organise les radios communautaires en Afrique du Sud.

Plusieurs groupes de travail s'occupèrent de contacter les bailleurs de fonds, d'obtenir des fonds pour l'équipement et ils se frayèrent un chemin au milieu d'une kyrielle d'obstacles à affronter pour monter un projet de cette nature dans le milieu rural. Au début, 45 femmes furent formées aux techniques de programmation et de production radio.

Les voix les plus radicales critiquèrent les femmes pour avoir nommé un homme directeur de la radio, bien qu'elles justifièrent leur décision en affirmant qu'elles voulaient que les hommes fussent aussi impliqués. Pendant de nombreuses années, Sam Mashoeshoe, *femme honoraire*, fut membre du Mouvement des femmes rurales. Il fut présent à l'assemblée de 1993 où l'on décida de créer *MCRS*, une des plus fortes branches du mouvement. Il fut ensuite nommé directeur de *MCRS*.

Beaucoup de personnes étrangères à la radio virent le projet au travers d'un prisme féministe. Après quelques temps, les femmes de Moutse se rendirent compte qu'elles étaient étiquetées d'une façon qui ne correspondait pas au contexte de leur vie communautaire. Elles considéraient que leurs succès étaient une conséquence logique de leurs fonctions comme mères et épouses, plus encore en l'absence des hommes, obligés d'émigrer dans les villes en quête de travail.

Les programmes en direct répondent aux besoins d'une large gamme d'auditeurs. Le programme de santé invite régulièrement des professionnels de la santé pour qu'ils répondent à des questions par téléphone ; le programme sur l'agriculture invite des délégués départementaux. Les programmes quotidiens de discussion du matin et de l'après-midi sont à la fois distrayants et informatifs, et ils incluent fréquemment des entretiens sur une grande variété de thèmes communautaires. Il y a aussi des programmes pour les enfants, les amateurs de sport, les amoureux du jazz, les enthousiastes de la musique ou du théâtre, et les cordons-bleus. Les annonces communautaires sur les événements locaux, décès ou festivités, maintiennent les gens qui vivent dans une zone plus large informés. Les informations locales, nationales et internationales sont lues dans plusieurs langues.

Les échanges culturels constituent un des objectifs principaux : « Nous espérons que nous sommes écoutés dans la ville des Blancs d'à côté, pour que ces gens puissent connaître nos histoires, nos chansons et nos problèmes. »

ORIGINES ET CONTEXTE

Moutse (dans la province de Mpumalanga), avec approximativement 900 000 habitants, était une zone politiquement très active pendant le régime de l'Apartheid, et lutta très dur pour ne pas être intégrée au territoire de Kwandebele, une des zones établies pour cautionner la politique de « développement séparé » du régime.

Pendant des générations, divers chefs de l'autorité tribale présidèrent ces zones. Les 48 villages de Moutse sont dispersés dans une aire très étendue et le système des transports est précaire et cher. Le manque d'infrastructure de communication adéquate a accéléré beaucoup de conflits.

Pendant les années de lutte pour la libération, les membres de la communauté rurale, en majeure partie les femmes, luttèrent pour obtenir l'accès à l'eau potable, à l'éducation, aux soins de santé, à la démocratie et pour l'abolition de la polygamie.

Un autre des héritages de l'Apartheid se manifeste par l'existence de nombreux travailleurs migrants, contraints de vivre et de travailler loin de leur foyer pour pouvoir entretenir leur famille, laissant par conséquent à l'abandon les zones rurales. On considéra que l'établissement d'une station de radio constituerait une tentative valable pour remédier à cette situation.

Divers activistes communautaires furent désignés comme représentants lors des élections pour les gouvernements locaux de 1995 ; cela changea radicalement la composition des gouvernants de la zone. La radio communautaire fut supportée comme partie intégrante de la stratégie d'unification des villages. « Le seul projet qui a le potentiel d'unir les gens, d'informer et de faciliter la participation des citoyens est la *MCRS* », affirme Ma Lydia Komape.

La détermination des femmes qui commencèrent la station fut rappelée lors d'une discussion de groupe : « Quand nous avons commencé la radio, en tant que groupe de femmes nous savions comment nous organiser ; nous ne savions rien de la radio, mais nous savions que nous pouvions apprendre. »

IMPACT SOCIAL

La *MCRS* est un exemple de communication participative. La station appartient à la communauté de Moutse, hommes et femmes. Pendant les audiences pour obtenir la licence, l'Independent Broadcasting Authority (IBA) proposa au groupe (qui avait alors un seul représentant masculin) l'opportunité de se constituer en groupe exclusif de femmes, dans la catégorie de « communauté d'intérêts » au lieu de « communauté géographique ». Les deux définitions de communauté sont reconnues dans la Loi de diffusion d'Afrique du Sud. Les femmes avaient la certitude qu'inclure les hommes serait l'unique chemin possible pour la radio communautaire, et par conséquent, choisirent de se définir comme une communauté géographique.

Jusqu'en 1994, le contrôle de l'état sur les moyens de communication en Afrique du Sud était très strict. Les moyens d'information furent utilisés pour renforcer les divisions imposées par l'Apartheid et fonctionnèrent comme des instruments de propagande, en maintenant les masses mal informées dans le meilleur des cas, et désinformées dans le pire.

Pour la première fois, la radio communautaire mit à la disposition des citoyens des informations pertinentes dans un contexte où les énormes distances et l'absence d'infrastructure de transport rendent l'unification de la population difficile. La radio a permis la dissémination d'informations sur la santé, y compris les soins de santé primaire, le VIH-SIDA, la tuberculose, la gale et l'importance de l'eau propre et des bonnes conditions sanitaires. La radio peut être utilisée pour encourager les parents à envoyer leurs enfants à l'école et pour engager la population sur des thèmes de gouvernance sur le plan local, provincial et national.

MÉDIAS ET MÉTHODES

La *MCRS* repose entièrement entre les mains de volontaires, y compris le conseil de direction, l'administration, l'animation et l'appui logistique. En 1999, un appel fut lancé à la radio pour recruter de nouveaux membres et 180 candidats se présentèrent, tous pour les postes de volontaires. Seuls 32 furent admis à suivre une formation et une évaluation.

La *MCRS* possède un « Manuel de participation communautaire » qui détaille comment communiquer avec la communauté. La participation a adopté diverses formes, depuis les invitations à parler dans les programmes jusqu'à la présence dans le Forum de consultation de la communauté, où les producteurs et les auditeurs revoient conjointement la programmation. Aussi bien l'assemblée générale hebdomadaire, obligatoire pour tous les volontaires, que la réunion des responsables des départements et de l'administration permettent aux volontaires de s'informer sur les problèmes de la station et de prendre part aux décisions.

OBSTACLES

La *MCRS* fit face à de nombreuses difficultés au début, et d'autres obstacles ont surgi récemment. Les problèmes techniques (le manque d'électricité et de téléphone) et les difficultés pour obtenir une licence légale, retardèrent pendant trois longues années le lancement de la station. Le fournisseur national d'énergie électrique ne considérait pas comme une priorité la station de radio et retarda pendant 18 mois

l'installation du câble d'extension vers la montagne Mapula ; les travaux finirent juste à temps pour l'inauguration. De la même façon, il fallut attendre plusieurs mois pour obtenir une ligne téléphonique.

Bien que la *MCRS* disposât d'une somme d'argent considérable, la banque refusa d'ouvrir un compte jusqu'à ce que Tracey Naughton, la consultante *mlungu* (blanche), insinue au directeur que l'attitude de la banque avait des connotations racistes.

L'IBA tarda longtemps avant d'accorder la licence ; la radio souffrit d'une crise de crédibilité tandis qu'elle attendait l'autorisation légale. La communauté dut affronter une autre fois l'IBA en 2000 pour obtenir une licence pour quatre ans.

En 1998–99, les tensions internes s'aiguisèrent quand les femmes perdirent le contrôle du projet. Selon Tracey Naughton, « La réalité actuelle de la *MCRS* est très différente de celle qu'avaient vue les femmes qui commencèrent le projet et les bailleurs de fonds qui le financèrent. Les femmes voulaient que la station fût une ressource communautaire pour tous, et non seulement pour elles. Cependant, le projet, qui eut une définition claire dès le début, alla s'écartant peu à peu de son orientation en faveur du développement, jusqu'à devenir une expérience dominée par la culture masculine, centrée sur le divertissement et la promotion individuelle. »

Comme cela se produisit avec d'autres stations de radio d'Afrique du Sud, cette dynamique toucha le fond pour ensuite reprendre de l'élan, et à la *MCRS,* un processus de reconstruction a redémarré dans lequel le Mouvement des femmes rurales joue un rôle vital.

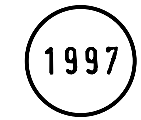
RÉFÉRENCES

Documents de Tracey Naughton, consultante qui travaille avec la *MCRS* depuis 1992. Information supplémentaire fournie par Nikki Marcel, actuelle directrice de la *MCRS.*

Naughton, Tracey. *The local village speaks up: Rural women in South Africa start community radio station.* InteRadio (AMARC) Volume 9, no. 2, 1997.

Naughton, Tracey. *Moutse Community Radio Station, Overview & proposal Document for Donors.* CAF (Hollande), décembre 1999.

RADIO SAGARMATHA



Népal

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radio Sagarmatha
PAYS :	Népal
OBJECTIFS :	Environnement, santé, problèmes communautaires
LIEU :	Katmandou
BÉNÉFICIAIRES :	Communautés urbaines et rurales
PARTENAIRES :	Nepal Forum of Environmental Journalists (NEFEJ), Nepal Press Institute, Himal Association, Worldview Nepal
FINANCEMENT :	Programme international pour le développement de la communication (PIDC/UNESCO), Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), Danish International Development Agency (DANIDA), Panos, Canadian Center for International Studies and Cooperation (CECI), OKO Himal, Communication Assistance Foundation (CAF)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

On la connaît sous le nom d'Everest, la montagne la plus haute de la planète, mais les habitants du Népal l'appellent Sagarmatha, « le front de l'océan », une référence à des temps anciens où le territoire de ce qui est aujourd'hui le Népal était recouvert par les eaux de la mer. Qui dirait cela aujourd'hui, du haut de la vallée de Katmandou, à 1 300 mètres au-dessus du niveau de la mer ?

Sagarmatha, c'est aussi le nom et le symbole de la première radio communautaire du Népal, l'avant-garde de la communication indépendante dans ce pays qui fut pendant tant d'années gouverné par un régime monarchique où les partis politiques n'étaient pas admis. Le bâtiment de trois étages de *Radio Sagarmatha* à Patan, une

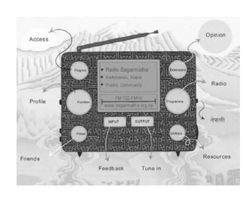
ville adjacente à Katmandou, se distingue par le haut mât de l'antenne, dont la tour de soutien fut surélevée de 50 % en 1999.

Peu de temps auparavant, il n'y avait ni bâtiment, ni antenne, à peine un groupe de journalistes enthousiastes qui luttaient pour le droit d'informer, jouant au chat et à la souris avec la police. Upendra Aryal faisait office de directeur technique quand finalement *Radio Sagarmatha* put sortir sur les ondes :

« J'ai pensé que c'était un grand rêve que de transformer notre installation, qui comptait seulement un enregistreur de cassettes Sony EV500, en une station FM sophistiquée, la radio publique du Népal. Il fut même très difficile de trouver un espace pour installer la station. Les gens ne voulaient pas que les émissions se fassent de leurs maisons, étant donné que nous n'avions pas encore obtenu la licence pour fonctionner. Finalement, nous l'avons installée chez moi, et j'étais disposé à louer le terrain et la construction pour quinze ans. Bien que nous eussions testé avec succès la fréquence de chez moi, nous n'avions pas encore de licence et les fonctionnaires du Ministère des Communications étaient constamment sur le qui-vive. Je gardais l'émetteur caché dans ma résidence et la nuit, je le gardais jalousement comme si c'était mon oreiller. »

Le rêve de *Radio Sagarmatha* est devenu réalité et son exemple au Népal a ouvert la voie à d'autres radios communautaires.

DESCRIPTION



Radio Sagarmatha fut la première station de radio indépendante d'Asie du sud. Elle mis cinq ans à sortir sur les ondes. « L'histoire de *Radio Sagarmatha* coïncide avec la perte du contrôle des fréquences radio par le gouvernement du Népal », écrivit Ian Pringle, du Centre international d'études et de coopération (C*anadian Center for International Studies and Cooperation*, CECI) du Canada. Même après 1990, le gouvernement refusait de renoncer à son monopole sur les médias. Ce n'est qu'en 1997 que le Forum de journalistes environnementalistes du Népal (*Nepal Forum of Environmental Journalists*, NEFEJ) obtint la première licence indépendante et cette conquête donna vie à *Radio Sagarmatha*.

La station est présidée par un conseil de direction autonome composé de sept membres du NEFEJ, titulaire de la licence. Selon les statuts, les quatre ONG associées sont représentées dans le conseil et les réunions ont lieu tous les mois pour élaborer le plan d'activités, définir les politiques et orientations générales de la station.

Depuis le 22 mai 1997 (anniversaire de la naissance de Bouddha), *Radio Sagarmatha* a commencé à émettre, avec son émetteur de 500 watts, sa programmation quotidienne sur 102,4 FM dans la vallée de

Katmandou. La station communautaire n'a pas de but lucratif et se consacre à la diffusion de programmes d'intérêt public.

La programmation de *Radio Sagarmatha* s'oriente vers l'exploration de thèmes liés à la culture et à l'environnement népalais. La langue principale de diffusion est le népalais, et à l'exception de la musique traditionnelle d'autres parties du monde, toute la musique diffusée vient du Népal. Des groupes communautaires et des organisations non gouvernementales participent à la programmation.

Tous les jours, les émissions commencent avec une heure de musique suivie d'informations nationales et du programme « Discussion Radio » *(Radio Talk)*. Les programmations matinales comprennent aussi le service de nouvelles de la BBC en anglais. La programmation de l'après-midi comprend des segments d'orientation sociale comme « Diagnostic de santé », « Campagne pour un air pur », « Plate-forme populaire », « Actions & idées », « Le thème du jour », « Quand nos grands-parents étaient jeunes », « Plate-forme publique » et « Informations communautaires ». Et beaucoup de musique : « Vague musicale », « Dialogue musical », « Notre musique », « Musique du bon vieux temps » (*Golden Oldies*), « Pop de l'Est »… Le samedi, un programme d'éducation aux droits de l'homme est diffusé.

L'objectif de *Radio Sagarmatha* est de devenir une radio publique autosuffisante, une source d'information et de diffusion culturelle de qualité et un véhicule pour l'expression de la pluralité des voix de la communauté. Plus spécifiquement, la station vise à :

- Favoriser la démocratisation et le pluralisme grâce à un plus grand accès de la population à l'information et en prônant continuellement une presse plus libre et responsable ;
- Établir les paramètres de la radiodiffusion d'intérêt public au Népal, grâce à une programmation qui réponde aux besoins d'information de tous les auditeurs, mais en particulier destinée aux groupes marginalisés : femmes, enfants et les plus pauvres ;
- Promouvoir une génération de journalistes sensibles à la diffusion d'intérêt public et communautaire et lui fournir un environnement adéquat à l'amélioration de ses aptitudes ;
- Faire de *Radio Sagarmatha* un centre national et régional de ressources pour la communication pour le développement et la communication communautaire, en renforçant sa capacité interne afin de proposer un service de conseil en droit réglementaire, en gestion de licences, en programmation et en administration.

Plusieurs agences de coopération internationale contribuèrent en fournissant l'équipement (UNESCO, ÖKO Himal, CAF), la formation (UNESCO, Panos, Radio Nederland), et l'assistance technique (DANIDA, CECI, INGO). Des groupes locaux soutinrent depuis le début la campagne en faveur de *Radio Sagarmatha* avec des coproductions, des services de production et du sponsoring.

ORIGINES ET CONTEXTE

Beaucoup de choses ont changé au cours de ces dix dernières années. La civilisation népalaise, millénaire, a souffert des profonds changements politiques qui ont modifié l'environnement social. Avant 1995, la radiodiffusion relevait du domaine exclusif de *Radio Nepal*, la station d'état créée en 1951, qui couvre 60 % du pays avec ses services d'ondes courtes et d'ondes moyennes. La *Télévision du Népal* (NTV), créée en 1984, était la seule autorisée jusqu'à ce que les opérateurs de télévision par câble et satellite, dépassant les soixante-dix, arrivent dans les années quatre-vingt-dix. Quatre fréquences commerciales pour des stations FM financées par la publicité, furent accordées en 1999.

Le Népal vécut en 1990 le point culminant du mouvement populaire en faveur des libertés démocratiques qui mit ainsi fin à presque quarante ans de monarchie. La nouvelle constitution de 1990 consacra le droit à la liberté d'expression et ouvrit le chemin aux premières élections démocratiques de 1991. En 1992 fut approuvée la Politique nationale de communication, suivie de la Loi sur la diffusion en 1993 et du Règlement sur la diffusion en 1995.

Depuis le début, l'organisation affiliée de soutien *Radio Sagarmatha*, tant dans la campagne pour l'obtention de la fréquence que pour l'installation de la station, fut le NEFEJ, une ONG et une association de journalistes. Le NEFEJ se concentre sur des thèmes de l'environnement, du développement et des droits de l'homme, en travaillant avec divers moyens de communication. D'autres organisations se joignirent par la suite : l'association Himal, Wordview Nepal et l'Institut de presse du Népal (*Nepal Press Institute*).

IMPACT SOCIAL

La programmation de *Radio Sagarmatha* apporta à des milliers de personnes la possibilité d'échanger leurs opinions dans un forum public. Tous les jours, la station fait des reportages de rue et aborde différents aspects de la vie quotidienne de ses auditeurs. La diversité des voix diffusées accorde à la station une caractéristique et un ton qui diffèrent des autres radios dans cette partie du monde : la vie réelle, telle qu'elle est vécue par le peuple et programmée selon sa volonté. Les personnes interrogées et tous ceux qui parlent à la radio ont des origines et des occupations très diverses.

Un des programmes les plus populaires de *Radio Sagarmatha* est « Hamro Caldo » *(Notre vallée)*, qui aborde des problèmes comme la prostitution, le SIDA, la pollution, l'avortement, le travail des enfants et la sécurité des consommateurs. Chaque thème est exploré à travers l'investigation journalistique mais aussi en interrogeant des personnes de différents secteurs de la société locale.

Un des aspects importants de l'accès communautaire a trait à la coproduction et à la collaboration avec d'autres groupes locaux.

Les ONG locales, ainsi que d'autres groupes communautaires, culturels et spécialisés dans certains thèmes, préparent des programmes hebdomadaires et mensuels qui sont produits avec l'appui technique de *Radio Sagarmatha*.

Les volontaires jouent un rôle très important, et, à mesure que grandissait l'image de la station, grandissait aussi le nombre de groupes désireux de collaborer. Les nouveaux équipements, comme le téléphone pour les appels en direct, des moyens plus étendus et le développement des programmes de formation offrent beaucoup de possibilités pour la participation du public et de la communauté dans un proche futur.

Radio Sagarmatha a ouvert la voie à de nouvelles expériences de participation communautaire. Deux nouvelles fréquences furent autorisées fin 1998 pour des stations situées en dehors de la vallée de Katmandou : *Radio Madan Pokhara* dans le district de Palpa, et la *Coopérative Lumbini* dans le district de Rupandehi.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Radio Sagarmatha s'identifie plus au concept de radio de service public qu'à celui de radio « communautaire » ; elle se considère comme porte-parole responsable et instrument faciliteur, plus que comme le véhicule ouvert à la participation directe de la communauté. L'essentiel de la production est le produit de journalistes salariés et d'une programmation planifiée, organisée et dirigée de manière centralisée. *Radio Sagarmatha* a introduit dans la radiodiffusion du Népal la recherche, l'opinion et la discussion.

La station a travaillé pour offrir aux auditeurs un paquet de programmation à contenu humain, qui combine des thèmes importants, divertissement, discussions sociales et musique, constituant ainsi un canal d'expression d'une variété de voix et d'opinions que l'on n'entendait pas auparavant sur les radios du Népal. C'est par sa programmation variée que la station se distingue de la radio d'État et d'un nombre croissant de stations qui reproduisent les modèles commerciaux occidentaux.

Le journalisme et la diffusion d'intérêt public sont essentiels dans la mission et dans la vision de *Radio Sagarmatha*, qui promeut une presse plus responsable et une société consciente de sa pluralité. Sur la base de l'ancienne et puissante tradition de communication populaire, la programmation culturelle est un autre aspect prédominant dans le travail quotidien de la station.

Les priorités immédiates de la radio comprennent le développement de programmes de formation, l'élargissement d'alliances avec des groupes locaux et internationaux, et l'appui indispensable au secteur émergent des radios communautaires au Népal.

OBSTACLES

Les moyens de communication au Népal font face à des obstacles importants. Les niveaux élevés d'analphabétisme et la pauvreté généralisée limitent l'accès à la télévision, aux journaux et même à la radio. Le relief montagneux du pays ne favorise ni la circulation de publications ni la couverture des médias de diffusion massive. Seuls 15 % de la population ont accès à l'électricité.

Lorsque *Radio Sagarmatha* obtint enfin sa licence, elle dut se soumettre à 14 conditions et restrictions imposées. Parmi celles-ci se trouvaient : l'interdiction d'émettre des programmes commerciaux, commentaires ou informations sur des événements politiques ; limitation des diffusions à deux heures par jour ; l'obligation de présenter des rapports hebdomadaires au Ministère des Communications et de retransmettre les informations de *Radio Népal*. Peu à peu, presque toutes les interdictions furent finalement levées.

Le coût annuel des licences établi par le gouvernement peut atteindre l'équivalent de 1 500 dollars américains pour un émetteur d'à peine 100 watts, limitant ainsi les possibilités de fonctionnement des radios communautaires.

La programmation et les opérations de la station furent dominées par les hommes pendant les premières années. Peu à peu, les femmes commencèrent à jouer un rôle plus visible et « audible » comme volontaires et comme employées à la production.

RÉFÉRENCES

La plupart des informations de ce chapitre sont prises de : Pringle, Ian. *Radio Sagarmatha : A Case Study in Community Radio*. (août 1999) et du site Web de *Radio Sagarmatha* : www.sagarmatha.org.np

Une version abrégée de ce document a été publiée dans le *Community Radio Handbook* (1999) par l'IPDC de l'Unesco

L'information additionnelle fut donnée par Madhu Acharya, jeune producteur de *Radio Sagarmatha*, lors d'entretiens à Kuala Lumpur et d'échanges de courriers électroniques.

CENTRES DE CONNAISSANCE COMMUNAUTAIRE



Inde

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Village Knowledge Centres
PAYS :	Inde
OBJECTIFS :	Développement rural
LIEU :	Chennai
BÉNÉFICIAIRES :	Population rurale
PARTENAIRES :	M.S. Swaminathan Research Foundation (MSSRF)
FINANCEMENTS :	Centre international de recherche pour le développement (CIRD)
MÉDIAS :	Technologies de l'information, Internet

ANECDOTES

Dans ce village situé à l'extrême sud de l'Inde, le temple centenaire a deux portes. Une d'elles représente la tradition : ni les personnes de basse caste ni les femmes avec menstruations ne peuvent passer par celle-là ; à l'intérieur, les dévots offrent leurs prières quotidiennes et réalisent leurs pujas. L'autre porte s'ouvre vers l'Ére de l'information et n'importe qui peut entrer.

C'est une expérience sociale inhabituelle : les anciens du village ont permis qu'une aile du temple abrite deux ordinateurs qui fonctionnent à l'énergie solaire et fournissent à ce pauvre village diverses informations, allant du prix du riz en passant par les heures les plus « propices » de la journée. […]

Il y a des mois de cela, Subrayan Panjaili, une femme qui ne sait ni lire ni écrire, était dans la cour de sa maison dans le village de Kzhur, à Pondichéry, auprès de Javalakshmi, la seule vache de la famille. Pendant cinq jours et cinq nuits, la vache avait mugi de douleur alors qu'elle tentait de mettre bas. Mais quelque chose n'allait pas, le veau n'arrivait pas à sortir. Madame Panjaili avait peur que la vache ne meure : « C'est notre seul revenu », disait-elle en faisant référence aux douze litres de lait que produisait la vache tous les jours et qui étaient la base de l'économie familiale.

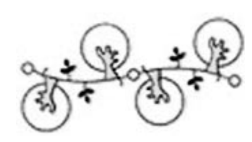
L'histoire de la malheureuse vache de Mme Panjaili arriva rapidement aux oreille de Govindaswami, un paysan préoccupé par les questions de sa

communauté. Dans l'antichambre de sa maison se trouve l'ordinateur du village, installé par la Fondation Swaminathan. Azhalarasi, sa fille de 23 ans formée à l'université, qui fait fonctionner l'ordinateur toute la journée, bien qu'elle ne reçoive aucun salaire pour ça, contacta divers vétérinaires de la zone.

Un vétérinaire arriva dans la nuit, et, à la lumière d'une ampoule électrique, mit son bras à l'intérieur de Javalakshmi, sortit une patte frêle du veau, y attacha une corde et tira jusqu'à amener le veau au monde.

La Fondation Swaminathan a cherché à mettre à la disposition de quatre villages de son réseau des informations locales à contenu pratique qui sont distribuées au travers du réseau d'ordinateurs communautaires en langue tamoul. En général, on ne trouve pas cette information sur le Web. — Extraits de « Connecting Rural India to the World », par Celia W. Dugger.

DESCRIPTION



Les *Centres de connaissance communautaire* (*Village Knowledge Centres*), auparavant appelés « boutiques d'informations » (« information shops »), furent créés à Chennai par la Fondation Swaminathan, avec l'objectif d'utiliser les nouvelles technologies pour fournir à la population rurale des données utiles sur divers thèmes : santé (disponibilité des vaccins et des médicaments dans les dispensaires, mesures de prévention) ; subsides (crédits) ; produits pour l'agriculture (prix et disponibilité, coûts, risques et rendements, prix des produits sur les marchés locaux) ; transport ; météorologie (de la région) ; information sur les réserves d'eau souterraine et de surface ; surveillance des fléaux ; pratiques agricoles pour les cultures en toute saison (d'après des données fournies par des familles rurales) ; maintien et actualisation des informations sur les droits des familles rurales (vis-à-vis du secteur public et des fonds d'infrastructure).

Les « ateliers d'information » sont dirigés par des volontaires, sélectionnés sur la base de divers critères : éducation (au moins 10 ans de scolarité) ; sexe (à qualification égale, on préfère embaucher des femmes), et âge (on préfère la classe d'âge des 20-25 ans).

Le programme de crédit et de participation du projet « village biologique » est utilisé comme un canal pour identifier les opérateurs des *Centres de connaissance communautaire*, qui ensuite participent à une brève formation de deux jours, menée par le personnel du centre d' « écotechnologie » de la Fondation Swaminathan. Le contenu de la formation comprend des démonstrations d'instruments sans fil, du clavier d'ordinateur, de la souris, et de l'utilisation de l'énergie conditionnée. En se basant sur la performance, on sélectionne une personne par village.

Les opérateurs reçoivent l'équipement informatique grâce à des accords de location non-monétaires et sont formés sur toutes les opérations de base d'un ordinateur, le traitement de texte, les tableurs, le langage HTML, le courrier électronique, Internet, l'utilisation du modem, et des généralités qui incluent des notions de maintenance. Tant la formation que les matériels sont en tamoul, la langue locale.

Des « ateliers d'information » ont été installés dans quatre villages : Kizhur, Mangalam, Embalam et Veerampattinam. À Embalam, l'équipe s'est installée à l'intérieur du temple qui est la propriété de la communauté à titre fiduciaire. Dans chaque centre, il y a un ordinateur multimédia avec un processeur Pentium et une imprimante, dans une boîte spécialement conçue pour prévenir les attaques de rôdeurs. L'ordinateur peut être connecté au réseau sans fil grâce à un modem et une interface spécialement conçue. Selon leur disponibilité, les volontaires des centres envoient des informations de leurs communautés.

Les quatre villages sont connectés au centre de la Fondation Swaminathan à Villianur grâce à un ingénieux système sans fil. C'est le rêve devenu réalité de V. Balaji, diplômé de l'Institut indien de technologie (*Indian Institute of Technology*) de Kanpur, qui supervise le projet. À Villianur se trouve le « centre de valeur ajoutée » qui agit comme point d'échange d'informations locales spécifiques. Chaque « boutique d'information » dans les villages dispose d'un tableau pour afficher les bulletins qu'envoie le « centre de valeur ajoutée ». Un réseau local qui utilise des fréquences radio à très haute fréquence VHF s'est installé dans le bureau de Villianur pour servir de centre de connexion avec la possibilité de transmettre aussi bien des signaux vocaux que des données.

Bien que le modèle mis en œuvre par la fondation soit relativement coûteux et difficile à reproduire à une plus grande échelle, le gouvernement de Pondichery envisage cependant d'étendre le projet à cinquante villages supplémentaires. L'expansion de ce modèle aux 60 000 villages du pays requerrait des fonds du gouvernement, ainsi que l'assistance technique et l'appui des organisations non-gouvernementales et philanthropiques.

ORIGINES ET CONTEXTE

Pondichéry fut le siège administratif des territoires français en Inde ; il comprend 130 villages et la ville du même nom, et s'étend sur une aire de 1 100 kilomètres carrés. Le tamoul, le français et l'anglais sont les langues administratives. Plus de 60 % de la population vit dans des zones rurales, cultivant le riz et la canne à sucre. D'après des données officielles, approximativement 20 % des familles vivent en dessous du seuil de pauvreté.

La Fondation de recherche M.S. Swaminathan (MSSRF), basée à Madras, fut fondée en 1988 comme un fidéicommis non-lucratif et apolitique, avec l'engagement d'appliquer la science et la technologie en faveur d'un développement durable en termes d'environnement, et juste sur le plan social. Les programmes de recherche, de formation de communication, d'extension et de constitution de réseaux de la fondation dans les domaines de l'agriculture et du développement rural cherchent à lier la sécurité alimentaire avec la sécurité écologique, de sorte qu'ils se renforcent mutuellement. Les projets de la MSSRF comprennent : *Recherche des systèmes côtiers* (*Coastal System Research*, CSR)*, Biodiversité et biotechnologie, Écotechnologie et agriculture durable, Atteindre les inaccessibles,* et *Éducation, communication, formation et renforcement institutionnel*.

Le projet de Pondichery fut créé par la MSSRF avec un apport de 120 000 dollars US du gouvernement du Canada. La fondation fournit gratuitement aux villages la technologie et l'information, charge à la communauté de garantir un espace pour les ordinateurs et des volontaires pour les maintenir en fonctionnement.

IMPACT SOCIAL

L'Inde est devenue un laboratoire pour de petites expériences qui prétendent lier des zones rurales très isolées avec le monde sans frontières de la connaissance. Les gouvernements locaux et les organisations non-gouvernementales essayent de nouvelles approches pour installer des ordinateurs qui soient accessibles à tous les villages où personne ne peut se permettre un téléphone. Un ordinateur bien situé, à l'exemple d'une pompe d'irrigation ou d'un puits communautaire, peut devenir un outil de développement.

Les *Centres de connaissance communautaire* permettent aux familles rurales non seulement de produire plus sans endommager l'environnement, mais aussi d'aider tout le monde dans le village à créer une zone libérée des affres de la faim. Les villageois eux-mêmes se chargent d'identifier ceux qui souffrent le plus de la faim ; généralement, 12 à 15 % des familles se trouvent dans cette catégorie. Ils sont analphabètes, extrêmement pauvres, sans terre à cultiver, sans bétail, sans bassin de poissons ou un quelconque autre bien productif.

Tous les jours, le personnel du projet consulte sur Internet les cartes météorologiques de la Force Navale des États-Unis pour collecter des informations sur les conditions climatiques et la direction des vents dans le Golfe du Bengale. Dans le village de pêcheurs de Veerampattinam, les haut-parleurs placés sur des hauts poteaux le long de la plage annoncent les évolutions du climat. Les pêcheurs écoutent attentivement tandis qu'ils ramassent leurs filets et réparent leurs bateaux artisanaux de bois sous une chaleur suffocante.

Bien que l'expérience des *Centres de connaissance communautaire* soit encore récente, elle est amenée à produire des changements sociaux importants : un plus grand accès aux marchés à travers l'information sur les prix et les opportunités de vente ; de meilleures possibilités d'accès aux services de santé ; plus de contact de la jeunesse rurale et des étudiants avec les réseaux informatisés ; meilleure conscience chez les jeunes grâce à la formation multimédia et grâce à la création de bases de données spécifiques avec des données locales, en utilisant des informations génériques disponibles sur Internet et autres réseaux ; meilleure connaissance des techniques agricoles en harmonie avec l'environnement et qui permettent l'amélioration de la production, l'augmentation des revenus et l'élargissement des opportunités des familles à subvenir à leurs besoins.

MÉDIAS ET MÉTHODES

« Ma longue expérience dans l'agriculture m'a appris que chaque fois que les gens pauvres tirent un bénéfice quelconque de la technologie, les riches en profitent aussi. Le contraire ne se produit jamais », affirme le Professeur S.M. Swaminathan.

L'objectif du Système de connaissance pour la sécurité alimentaire durable (*Knowledge System for Sustainable Food Security*), créé par lui, est de renforcer les femmes, les hommes et les enfants des zones rurales avec des informations sur l'agriculture écologique, l'accès économique, et l'absorption et l'utilisation biologique. Le système vise à créer des conditions favorables pour une vie saine et productive pour tous.

Le projet se base sur la compréhension du fait que la *valeur ajoutée* par des professionnels à l'information existante dans les réseaux informatiques est un pas fondamental pour faciliter l'accès des familles rurales.

Le petit bureau dans le village de Villianur, situé stratégiquement, sert de « centre de valeur ajoutée », où le personnel du projet parcourt Internet, en particulier le World Wide Web, à la recherche d'informations sur des technologies ou contacts utiles.

Le fonctionnement de chaque « boutique d'information » est différent selon l'appui qu'elle reçoit. À Kizhur, les volontaires furent choisis par le Conseil de développement de la communauté, qui nomma en plus un groupe de 23 membres (14 hommes et 9 femmes) pour diriger les opérations du centre. À Embalam, tous les volontaires sont des femmes qui ont entre 21 et 27 ans ; elles consacrent toutes une demi-journée de travail pour faire fonctionner le centre.

OBSTACLES

La grande majorité des sites Web sont en anglais, une langue que plus de 95 % de la population indienne ne connaît pas. Cependant, dès le début, le projet a su relever le défi de cette situation grâce à un processus de traduction et de production locale de contenus en tamoul.

La principale limitation est la pauvreté. Dans toute l'aire du projet qui couvre 19 villages avec une population conjointe de 22 000 habitants, il y a seulement douze téléphones publics et 27 privés. Les incessantes coupures d'électricité et la surcharge des lignes de téléphone transforment les connexions Internet en un exercice frustrant. On s'est demandé sérieusement si des pays comme l'Inde, écrasés par les indices d'analphabétisme et de morbidité, devraient investir de grandes sommes pour introduire des nouvelles technologies considérées comme un luxe, dans des villages qui ont désespérément besoin d'écoles et de dispensaires.

Selon V. Balaji, un autre obstacle immédiat sont les bureaucrates locaux qui refusent de perdre leur monopole sur l'information, qui est une source de pouvoir pour obtenir des prébendes.

RÉFÉRENCES

L'information pour ce texte fut fournie par Raúl Román, de l'université de Cornell, par courrier électronique.

Le site Web de la Fondation M.S. Swaminathan (MSSRF) est: http://www.mssrf.org/

Dugger, Celia W. « Connecting Rural India to the World ». In *The New York Times*. 28 mai 2000.

Harris, Roger et al. *Success Stories of Rural ICTs in a Developing Country.* PANTLEG-IDRC, décembre 1999.

GRAMEEN : TÉLÉPHONE COMMUNAUTAIRE



Bangladesh

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Grameen Telecom's Village Phone Programme
PAYS :	Bangladesh
OBJECTIFS :	Développement communautaire
LIEU :	Communautés de tout le pays
BÉNÉFICIAIRES :	65 000 villageois (1999)
PARTENAIRES :	Grameen Bank, GrameenPhone
FINANCEMENT :	International Finance Corporation, Asian Development Bank, Commonwealth Development Corporation
MÉDIAS :	Téléphones cellulaires

ANECDOTES

Dans les zones rurales, où l'isolement et les services précaires d'infrastructure sont la norme, la télécommunication peut jouer un rôle très important dans le développement économique et social. Le *Téléphone communautaire* est une entreprise prometteuse, qui fournit des services modernes de télécommunication cellulaire numérique à une partie de la population la plus pauvre du monde.

Les membres de la Grameen Bank, en majorité des femmes, peuvent acquérir un téléphone cellulaire avec un crédit de la banque, et devenir des fournisseurs de service téléphonique dans leurs communautés. Chaque opérateur de *Téléphone communautaire* assume la responsabilité de fournir à ses clients les services d'appels entrants et sortants, de faire payer les appels, et de garantir la maintenance adéquate de l'appareil téléphonique. Le paiement de l'abonnement pour la location du téléphone s'effectue selon les procédures de crédit et de recouvrement établies par la Grameen Bank.

Le programme de *Téléphone communautaire* présente des facettes « inédites » dans le développement rural :

- C'est le premier programme de micro-crédit pour le développement rural dans un pays en voie de développement qui vise la création de micro-entreprises de services de technologies d'information et de communication.
- C'est le premier programme de micro-crédit pour le développement rural dans un pays en voie de développement qui soutient la création d'entreprises communautaires de services téléphoniques en utilisant la téléphonie numérique et sans fil.
- C'est la première initiative de télécommunication rurale du secteur privé spécifiquement destinée aux femmes démunies des communautés pour leur permettre d'établir des micro-entreprises.
- C'est la première initiative de télécommunication du secteur privé qui a pour objectif explicite de réduire la pauvreté rurale.

Au regard de ces facteurs, le programme de *Téléphone communautaire* doit être examiné en profondeur comme un modèle innovateur.

DESCRIPTION



Les activités des habitants des zones rurales du Bangladesh se sont diversifiées de façon croissante, et beaucoup de gens vivent maintenant loin de leurs villages d'origine. 50 % des familles rurales ne possèdent aucune terre ; elles cherchent donc des revenus dans des activités autres que l'agriculture. Moins de 8 % des membres de la Grameen Bank sondés pour les besoins de ce rapport mentionnèrent l'agriculture comme étant leur principale activité. Les déplacements en quête de travail se sont multipliés ces dernières années et ils sont des millions maintenant à travailler loin de leurs villages et même à l'étranger. Cette mobilité de la population est un indicateur important de la demande en services téléphoniques, car lorsque les gens déménagent, le besoin de communiquer avec sa famille et ses amis se fait plus grand.

GrameenPhone est une entreprise commerciale qui fournit des services en téléphonie cellulaire tant dans les zones urbaines que dans les zones rurales du Bangladesh. Un programme pilote de GrameenPhone à travers la Grameen Bank et sa filiale Grameen Telecom permet désormais aux bénéficiaires du crédit rotatif de la banque de devenir des opérateurs de services de téléphonie cellulaire dans les zones rurales.

En 1999, ce projet pilote impliquait déjà 950 villages, donnant accès à plus de 65 000 personnes. Les femmes accèdent à un petit crédit qui leur permet d'acquérir les téléphones cellulaires numériques GSM et de vendre ensuite les services de téléphonie cellulaire dans leurs villages. Quand le programme se sera développé à l'échelle prévue, il y aura 40 000 opérateurs du *Téléphone communautaire* et leurs revenus nets combinés atteindront un total de 24 millions de dollars US par an.

De même que les autres initiatives de la Grameen Bank, le côté intéressant du *Téléphone communautaire* consiste dans le fait que le programme n'est pas seulement profitable sur le plan social, mais il est aussi rentable. Peu d'organisations de développement social ont eu le succès de la Grameen Bank à une telle échelle, créant les conditions nécessaires à des changements structurels profonds dans la société.

Le *Téléphone communautaire* permet à la population rurale de passer des appels téléphoniques depuis les villages et aussi d'en recevoir. L'opérateur du *Téléphone communautaire* a un intérêt économique qui le motive à garantir le succès des appels entrants et, quitte à faire des efforts supplémentaires, à trouver les destinataires des appels.

Selon les utilisateurs du système de la Grameen Bank sondés en 1999 pour un rapport de l'organisation TeleCommons, 61 % des derniers appels enregistrés étaient des appels entrants tandis que 58 % étaient des appels sortants destinés, en priorité, à des parents qui vivent en dehors du Bangladesh. Ainsi, le *Téléphone communautaire* est un lien très important qui permet à ceux qui ont quitté leurs villages de se maintenir en contact avec leur famille. 42 % des utilisateurs du service ont indiqué que leur motivation principale d'utilisation du téléphone était de parler de thèmes financiers (surtout les transferts d'argent) avec des membres de la famille. Seulement 7 % des appels concernent des questions de travail ou commerciales.

Les données du rapport de TeleCommons révèlent que le *Téléphone communautaire* joue un rôle central en facilitant les relations familiales et le flux de transferts d'argent vers les communautés, quand un membre de la famille a abandonné le village pour travailler dans la capitale ou à l'étranger.

54 % des utilisateurs affirment être disposés à investir 100 à 300 taka (2 à 6 dollars US) pour un appel de trois minutes pour parler d'une question économique avec un parent qui vit à l'étranger, et 27 % disent qu'ils investiraient jusqu'au double pour le même genre d'appel. Considérant que le revenu mensuel moyen des sondés est de 5000 taka (102 dollars US), les coûts des conversations téléphoniques représentent une part significative (2 % à 12 %) du revenu mensuel.

ORIGINES ET CONTEXTE

Comme beaucoup d'autres pays du monde en voie de développement, le Bangladesh est un exemple d'état dont les services de télécommunication ne fonctionnent pas. Cependant, le projet du *Téléphone communautaire* pourrait devenir un exemple remarquable de

télécommunications qui fonctionnent efficacement au profit de changements sociaux et du développement rural.

Les données de base sur le secteur de la télécommunication indiquent que la densité téléphonique dans le pays est de 0,26 lignes pour 100 personnes, une des plus basses du monde. En moyenne, seulement 2 appels sur 10 réussissent. Le temps d'attente pour l'installation d'une nouvelle ligne peut être supérieur à dix ans, pour un coût équivalent à 450 dollars, un des plus hauts du monde.

L'initiative du *Téléphone communautaire* s'est développée en combinant l'expérience de la Grameen Bank dans les micro-entreprises et le micro-crédit, et la technologie numérique sans fil la plus avancée. Grameen Telecom (GTC) est une organisation à but non-lucratif, faisant partie de la Grameen Bank, qui s'occupe exclusivement de déployer le programme du *Téléphone communautaire* dans les zones rurales du Bangladesh. GTC est propriétaire de 35 % des actions de GrameenPhone (GP), une entreprise privée de téléphonie cellulaire urbaine, dont GTC achète du temps de communication en gros, pour transférer l'épargne aux opérateurs de *Téléphones communautaires* utilisant le réseau étendu de la Grameen Bank (1 140 succursales dans 39 346 villages) et son système de recouvrement pour collecter les revenus des opérateurs.

Au Bangladesh, le rapport entre les souscripteurs de téléphonie fixe et de téléphonie cellulaire est de 20 % : 500 000 téléphones fixes contre 100 000 téléphones cellulaires. Toutefois, GrameenPhone a le projet de multiplier par deux tous les ans le nombre des téléphones cellulaires. C'est une situation sans précédent, où le réseau de téléphonie cellulaire est sur le point de dominer le secteur national de la télécommunication. La communication par téléphone n'est pas encore possible dans 90 % des 68 000 villages du Bangladesh. Le programme de *Téléphones communautaires* ouvre des possibilités pour l'accès universel : une personne qui ne possède pas de téléphone peut y avoir accès à dix minutes de chez elle.

IMPACT SOCIAL

Voici certains des bénéfices du *Téléphone communautaire* :

- Le programme offre la meilleure solution technique possible, considérant les lois existantes et le contexte économique.
- Le programme représente une solution technique et organisationnelle pour l'accès à la télécommunication rurale.
- Le mariage du système de crédit rotatif de la Grameen Bank et du réseau de succursales, avec la téléphonie cellulaire est unique et fonctionne très bien.
- Le personnel de Grameen Telecom s'engage à fournir aux utilisateurs un excellent service.
- L'impact social et économique est important, avec des excédents de consommation relativement larges et des bénéfices énormes en termes d'amélioration de la qualité de vie.
- Le programme aborde, peut-être pour la première fois, l'importance du rapport homme-femme quand il évoque les objectifs d'accès universel à la télécommunication.

Les coups de fil à la famille et aux amis impliquent généralement des échanges d'information sur des prix et tendances du marché, et font du *Téléphone communautaire* un outil important pour que les entreprises familiales puissent profiter de cette information afin d'augmenter leurs bénéfices et de réduire leurs coûts de production.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Grameen Telecom analyse d'abord l'information sur les villages qui sont déjà couverts par le réseau des bornes de transmission cellulaire de GrameenPhone. La couverture actuelle s'étend grâce à des câbles en fibres optiques tendus le long du réseau ferroviaire du Bangladesh. Des fonctionnaires de la GTC se rendent ensuite dans les succursales de la Grameen Bank pour préparer la liste des villages où la couverture cellulaire est suffisamment bonne pour fournir les services de *Téléphones communautaires*.

La Grameen Bank a établi une série de critères spéciaux pour la sélection des opérateurs : avoir une bonne morale de paiement des crédits, savoir lire et écrire ou du moins avoir des enfants qui sachent le faire, vivre près du centre du village, avoir un bon commerce et du temps libre pour assumer les fonctions d'opérateur. Au début, cela peut-être une activité secondaire pour l'opérateur, mais avec le temps elle devient un commerce de télécommunication à temps complet.

Une fois l'opérateur sélectionné, un technicien garantit que le signal arrive bien à la maison où sera installé le téléphone. L'expérience montre qu'un signal faible peut s'améliorer grâce à une antenne montée sur une tige de bambou de quatre à cinq mètres de haut ; cette antenne transforme le téléphone cellulaire en un téléphone « fixe-mobile » mais, si cela est nécessaire, l'antenne peut être déménagée d'un endroit à l'autre du village. GTC achète à GrameenPhone un abonnement de téléphone cellulaire au nom de l'opérateur, établit la connexion et donne la formation et l'équipement nécessaires au fonctionnement du téléphone.

Le paquet de base du *Téléphone communautaire* (qui comprend un appareil Nokia, une batterie, un chargeur, une enseigne, une calculatrice, un chronomètre, un manuel d'utilisation en bengali, et une liste de prix d'appels dans différents endroits) coûte 310 dollars US. Les opérateurs doivent effectuer des paiements hebdomadaires de 4,50 dollars US à la Grameen Bank. Le profit net moyen d'un opérateur de *Téléphone communautaire* est de 2 000 taka par mois (40 dollars US).

L'accès étendu à l'électricité dans les zones rurales du Bangladesh permet aux opérateurs de recharger les batteries ou de connecter le téléphone directement à une prise. Dans les villages sans électricité, on utilise des sources d'énergie solaire.

OBSTACLES

Les téléphones à carte prépayée que le gouvernement a installés dans les villages peuvent constituer une concurrence pour les *Téléphones communautaires* de Grameen. Étant donné que les tarifs des téléphones à carte sont plus bas que ceux du *Téléphone communautaire* et étant donné que les utilisateurs de téléphonie rurale sont très sensibles aux coûts, ce phénomène pourrait conduire à une chute dans la demande d'appels sortants avec les *Téléphones communautaires*, dans la mesure où le nombre de téléphones à carte prépayée augmente dans les villages.

La technologie GSM de téléphonie cellulaire est une solution coûteuse pour l'accès universel dans les zones rurales. La couverture cellulaire actuelle dans les zones rurales pourrait seulement être viable si les conditions de régulation actuelles se maintiennent. La technologie GSM cellulaire fixe des tarifs trop élevés pour les utilisateurs ruraux, à la différence des technologies de réseau local sans fil (*wireless local loop*, WLL). De plus, la technologie de téléphonie cellulaire n'est pas encore une option viable pour la connexion à faible coût à Internet et/ou au courrier électronique.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre s'appuie sur : Richardson, Don, Ramírez, Ricardo et Haq, Moinul. Grameen Telecom's *Village Phone Programme in Rural Bangladesh : a Multi-Media Case Study*. TeleCommons Development Group (TDG), mars 2000, [En ligne]. Adresse URL : www.telecommons.com/villagephone

INFODES



FICHE TECHNIQUE

NOM :	Sistema de Información para el Desarrollo Urbano Rural (InfoDes)
PAYS :	Pérou
OBJECTIFS :	Développement communautaire
LIEU :	Cajamarca
BÉNÉFICIAIRES :	Population urbaine et rurale
PARTENAIRES :	Red de Bibliotecas Rurales de Cajamarca, Universidad de Cajamarca, Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI), SONOVISO, Asociación y Desarrollo Forestal (ADEFOR)
FINANCEMENTS :	Intermedia Technology Development Group (ITDG), INFODEV/Banque mondiale
MÉDIAS :	Internet

ANECDOTES

Nous étions dans le village de Chanta Alta en train d'expliquer les avantages d'Internet et du système d'information informatisée et accessible à tout le monde. À la fin de la réunion, des femmes s'approchèrent et nous dirent à voix basse :

« Très joli, très joli, mais n'y a-t-il pas quelque chose du même genre pour les personnes comme nous qui sommes analphabètes et qui ne savons ni lire ni écrire ? »

Marisol, une camarade impliquée dans un projet d'éducation sur l'environnement, se rendit aussi à Chanta Alta ; tandis qu'elle se promenait dans les rues du village, elle vit une femme qui tricotait. Marisol apprit que cette femme était analphabète et lui demanda si elle aimerait apprendre à lire et à écrire. La femme lui répondit avec un doux sourire :

« Pourquoi faire ma petite ? Y a-t-il quelque chose à lire qui puisse m'être utile ? »

Cela se passait alors que nous commencions tout juste le projet InfoDes. *Les choses se sont améliorées depuis. Maintenant le projet fournit des*

informations conçues spécialement pour que la communauté ait accès à des informations qui lui sont utiles.

Dans le processus d'appropriation des nouvelles technologies, les utilisateurs locaux inventent leurs propres termes pour désigner les appareils. La « souris » de l'ordinateur, nous on l'appelle « ratón », qui est la traduction littérale en espagnol. Mais comme la souris n'est pas un animal avec lequel on veut avoir des contacts, les paysans lui ont donné un autre nom : ils l'appellent « cuy » (cochon d'Inde), un rongeur domestique très commun dans les Andes.

Quand ils arrivent dans notre bureau, ils s'assoient en face de l'ordinateur et avec leurs mains habituées à labourer la terre, ils prennent le « cuy » et vont chercher l'information sur l'agriculture et l'élevage. Comme parfois ils ne peuvent pas figer le curseur sur la fenêtre qu'ils ont choisie, ils disent : « Ce cuy ne reste pas tranquille, il veut s'échapper ».

— Anecdotes rassemblées par l'équipe du Projet *InfoDes*.

DESCRIPTION



InfoDes est un projet pilote du Groupe pour le développement de la technologie inter-média (*Intermedia Technology Development Group*, ITDG) qui prône le développement local et rural grâce aux systèmes efficaces d'information et de communication. L'objectif final du projet est de contribuer au développement sous-régional de Cajamarca, d'améliorer la production des petits agriculteurs et la capacité de gestion des gouvernements locaux, grâce à la fourniture d'outils d'information et de communication. Il aspire aussi à tester une méthodologie qui puisse être adaptée par la suite à d'autres zones rurales du Pérou et d'Amérique latine.

InfoDes a créé un système sous-régional d'information qui intègre les bibliothèques conventionnelles, la recherche sur les connaissances locales et l'utilisation de techniques modernes de l'information. Au bout de deux ans et demi, le projet sera transféré à un consortium d'organisations locales. Pour étendre le réseau, *InfoDes* reçoit l'appui des gouvernements locaux, des syndicats de travailleurs, des organisations communautaires et des ONG.

Le système d'information *InfoDes* comprend plusieurs niveaux de contact avec la population locale et offre toute une gamme de services. Tous les niveaux sont liés :

InfoDes a établi à Cajamarca un Centre provincial de coordination et plusieurs sous-systèmes indépendants entre eux. Viennent ensuite les Centres d'information pour le développement urbain-rural (CIDUR), situés dans les capitales de district, puis les Centres d'information pour le développement rural (CIDER) dans les villages plus petits. Les Centres d'information mobile pour le développement urbain-rural

(CIMDUR) sont des unités qui articulent les deux structures urbaine et rurale.

Le Centre provincial de coordination maintient un serveur pour le Web et tous les contacts externes. En plus de coordonner, sa tâche consiste à construire la base de données du système avec les informations que fournissent peu à peu les organisations locales. Il fait également la promotion des services proposés par le système d'information.

Les CIDUR intègrent les bibliothèques qui existent déjà dans les villages aux services de haute technologie électronique : accès libre à Internet et au courrier électronique. Chaque utilisateur a sa propre boîte aux lettres électronique. D'autre part, ils coordonnent le service *Alforja Rural* pour les bibliothécaires ruraux, et développent des liens avec d'autres initiatives institutionnelles d'information sur des thèmes de santé, de sécurité sociale, d'assistance légale etc. Les CIDUR ont de plus la responsabilité de coordonner les CIDER dans leur zone d'influence.

Plus proches des communautés rurales, les CIDER offrent aussi des services de bibliothèque, de technologie vidéo à coûts réduits, et des liens avec les initiatives locales d'informations d'autres institutions pour le développement, mais ils se différencient des CIDUR en ce qu'ils ne disposent pas de technologie informatique et d'accès à Internet. Les CIDER sont, de plus, essentiels dans la collecte d'informations et de connaissances locales pour la base de données.

Les CIMDUR garantissent les échanges périodiques entre les différents niveaux. Ils comptent aussi une bibliothèque conventionnelle et certains livres pour la vente, et contribuent à l'interaction institutionnelle et aux échanges d'informations, y compris de vidéos, entre les organisations locales. De plus, ils coordonnent les visites de supervision technique, les activités de formation et l'appui aux bibliothèques rurales.

InfoDes a établi des télécentres dans des endroits clé de Cajamarca pour faciliter l'accès aux ordinateurs et à Internet aux utilisateurs qui ne sont pas encore membres des CIDUR. À la différence des « cabines publiques » qui se sont multipliées dans diverses provinces du Pérou, les télécentres d'*InfoDes* fournissent des services à des gens à faibles revenus et ils ne sont pas des entreprises commerciales.

ORIGINES ET CONTEXTE

Le département de Cajamarca concentre 15 % de la population rurale du Pérou. En raison de son faible développement économique et social, les conditions de vie figurent parmi les plus dures du pays, le chômage et la disponibilité limitée en terre de cultures chassent constamment les familles rurales vers les villes, où elles sont absorbées par les ceintures de misère qui entourent les centres urbains.

Le développement des zones rurales exige une série d'améliorations dans la gestion des petites et moyennes entreprises agricoles : l'utilisation rationnelle des ressources naturelles, l'introduction de nouvelles technologies, l'amélioration de la qualité de la production pour élever les niveaux de rentabilité. Dans l'analyse d'*InfoDes*, ces mesures devraient être accompagnées d'une décentralisation et d'une meilleure intervention des gouvernements locaux dans le développement.

L'information est un autre élément qui pourrait contribuer à l'amélioration de la qualité de vie dans les zones rurales. Dans les provinces péruviennes, l'accès à l'information est sporadique et de piètre qualité. Tant les capitales de district que les villages les plus petits souffrent du même manque de canaux d'information, bien que les radios communautaires aient rempli ce vide pendant plusieurs décennies.

Cependant, les stations font face à ce même problème de collecte d'informations utiles à la population rurale. Les paysans et petits agriculteurs manquent d'informations essentielles sur les prix de leurs produits sur les marchés provinciaux, sur la disponibilité de crédit et d'outils, sur les innovations techniques, sur les marchés potentiels extérieurs etc.

L'ITDG a commencé à Cajamarca cette expérience qui pourrait entraîner des changements positifs dans la vie rurale. Sur la base des bibliothèques rurales conventionnelles, créées il y a trente ans, l'ITDG a introduit de nouvelles technologies de l'information et de la communication qui facilitent les échanges, diminuent l'isolement et soulagent la pauvreté en suscitant de nouvelles formes de développement urbain et rural.

IMPACT SOCIAL

Le Système d'information pour le développement urbain et rural établi par *InfoDes* à Cajamarca avec l'appui de l'ITDG est trop récent, moins de deux ans, pour présenter des résultats qui mettent en évidence des changements sociaux. Jusqu'à présent, la plus grande partie du travail réalisé a consisté à tout organiser, en établissant le système et en accumulant l'information qui sera la base des services offerts par les CIDER et les CIDUR, mieux connus sous le nom de « centres d'information ».

On peut voir les impacts sociaux dans les changements de fonctionnement des gouvernements locaux, l'amélioration du système administratif et une plus grande attention envers les nouvelles technologies qui peuvent contribuer à mieux réaliser les tâches du développement.

Il est trop tôt pour évaluer l'impact de l'utilisation des services Internet et de courrier électronique, bien que le fait d'avoir généré un intérêt croissant dans la population constitue en soi un pas en avant vers les changements sociaux. Les populations concernées ont montré un intérêt spécial pour les informations sur les techniques de culture qui peuvent être obtenues dans la base de données en voie d'élaboration.

D'autre part, la population rurale reconnaît l'importance de l'utilisation de la vidéo dans l'exploration des valeurs communautaires et de l'identité culturelle, dans la mesure où elle a été exposée dans le passé à des approches similaires dans des projets de développement rural.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Plutôt que de suivre la mode en distribuant des ordinateurs et des accès à Internet dans des zones rurales auparavant dépourvues de ces gadgets, et sans aucun cadre conceptuel d'appui, *InfoDes* a opté pour une approche scientifique qui intègre les ressources disponibles, facilite la constitution de réseaux entre institutions locales et étend les services d'information selon la demande et le niveau de participation communautaire.

La méthodologie développée par *InfoDes* comprend des services et des activités qui stimulent la participation des communautés urbaines et rurales.

En plus de la bibliothèque conventionnelle, les CIDUR proposent, avec le service *Alforja Rural*, des matériels imprimés pour appuyer les bibliothèques rurales. Un autre service, l'*Inforápido*, donne des réponses rapides à des demandes que font les utilisateurs sur des thèmes qui ne requièrent pas une recherche détaillée. Les matériels imprimés disponibles dans les CIDER et CIDUR sont généralement suffisants. Toutefois, les thèmes qui demandent une recherche plus approfondie sont canalisés par un autre service, *El Preguntón*, qui utilise la base de données informatisée et Internet pour répondre aux questions.

Considérant l'expansion progressive mais lente de l'accès à Internet dans les zones rurales, le Système d'information d'*InfoDes* utilise encore des livres et des vidéos pour disséminer l'information utile pour les utilisateurs. Un service spécifique, le *Videoclub*, se charge de projeter dans les zones rurales des vidéos sur des thèmes souhaités par la communauté.

Un des services les plus prometteurs est *Saber Campesino*, qui recueille les informations sur les connaissances traditionnelles des populations rurales, sur des thèmes liés aux aires d'intervention du projet.

OBSTACLES

Dans la structure d'origine du projet, la municipalité de Cajamarca était le principal partenaire au niveau central. *InfoDes* avait prévu initialement d'y établir le Centre provincial de coordination. Cependant, au bout de presque deux ans, l'institution municipale ne montra aucun progrès, ni continuité, ni respect pour les accords qui avaient été signés. Les changements réitérés de personnel, remplaçant fréquemment des fonctionnaires qualifiés par des amis du maire, et le fait que les bibliothèques se retrouvèrent sans budget, eut pour conséquence une rupture de l'accord, ce qui obligea *InfoDes* à accueillir dans son propre siège le Centre provincial de coordination. *InfoDes* établit un télécentre à Cajamarca pour laisser une porte ouverte aux utilisateurs potentiels d'Internet.

Le projet a été confronté à de grosses difficultés quand il s'est agi de faire accepter l'idée d'un système autosuffisant d'information pour le développement rural. En majorité, les programmes et projets à Cajamarca, comme dans d'autres zones rurales du Pérou, sont le résultat de donations et reçoivent continuellement l'appui d'agences de coopération bilatérales ou internationales. Les institutions locales, les ONG et la population en général, sont tellement habituées à des modèles de développement dirigés par le financement externe, qu'elles ne sont pas disposées à appuyer un projet qui prétend générer des fonds localement. C'est une des raisons pour lesquelles *InfoDes* a décidé d'installer des télécentres pour offrir des services à la population en générale.

RÉFÉRENCES

Texte basé sur les informations disponibles sur le site Web d'*InfoDes* : http://www.infodes.org.pe/

Données supplémentaires fournies par le responsable des bibliothèques du projet, Luis Fernando Bossio.

LA TENTE LILAS



Bolivie

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Carpa Lila
PAYS :	Bolivie
OBJECTIFS :	Santé reproductive, environnement
LIEU :	Communautés de trois zones géographiques
BÉNÉFICIAIRES :	21 municipalités
PARTENAIRES :	SERVIR, Project Concern International (PCI), Centro de Promoción Agropecuaria Campesina (CEPAC)
FINANCEMENTS :	Johns Hopkins University Center for Communication Programs (JHU/CCP), United States Agency for International Development (USAID)
MÉDIAS :	Jeux interactifs, vidéos, publications, jeux, théâtre, marionnettes

ANECDOTES

Des gens de tous âges font la queue pour entrer dans une immense tente couleur lilas installée récemment dans le centre de la communauté. Il ne s'agit pas d'un cirque, bien qu'elle propose du divertissement, non plus d'une école, mais elle aide à apprendre. Elle est différente de tout ce que les gens ont vu auparavant. Tous sont curieux d'apprendre sur la sexualité et la santé reproductive à travers des jeux interactifs, des images, des films et des spectacles musicaux. Les visiteurs rentrent sous le chapiteau par groupes de dix, restent dedans moins d'une heure, mais ont beaucoup à faire pendant ce temps-là.

À l'intérieur, ils trouvent tout d'abord les silhouettes d'un homme et d'une femme, grandeur nature, et découpées en contreplaqué. Les participants peuvent les porter pour improviser un dialogue sur les relations entre hommes et femmes. C'est une technique pour rompre la glace qui, de plus, introduit les thèmes des relations hommes-femmes et de la sexualité. Un animateur lance quelques questions pertinentes

et emmène ensuite le groupe dans l'aire suivante, où les participants font un grand puzzle pour identifier les mauvaises habitudes liées à l'environnement et la santé reproductive. Si les pièces s'emboîtent correctement, l'image d'un enfant sain apparaît derrière le puzzle, sinon, l'image montre un enfant malade. La discussion, évidemment, est la clé pour faire le puzzle correctement.

Dans l'espace qui suit, les participants apprennent quelque chose sur la mortalité maternelle, sans s'en rendre compte au début. Sur une table sont éparpillées diverses grandes images sur lesquelles le groupe doit en coller d'autres plus petites qui traitent de thèmes similaires. La discussion collective les amène peu à peu à une compréhension des risques et des mesures de précautions pendant la grossesse. Ensuite, le groupe se déplace vers l'aire suivante où il participe à l'élaboration d'un « arbre à problèmes » en assemblant des figurines sur un écran en tissu, pour identifier les causes de la mortalité maternelle : le manque d'accès aux services de santé, le rôle des femmes dans la société, le manque d'éducation et les difficultés économiques entre autres.

À la fin, un obscur tunnel de sensations conduit le groupe vers l'extérieur, comme un rappel de l'expérience de la naissance. À divers égards, c'est une naissance de la connaissance et de la conscience sur les thèmes de santé reproductive.

En fin de journée, devant la tente, toute la communauté assiste à un concert de musique populaire.

DESCRIPTION



La *Tente Lilas* a étendu vers les zones rurales la portée de trois campagnes sur la santé reproductive qui avaient été réalisées préalablement. Pendant six mois, d'octobre 1998 à mars 1999, trois grandes tentes de cirque itinérant couleur lilas ont touché 200 000 personnes dans 21 municipalités de trois régions distinctes de Bolivie : l'altiplano, les vallées et la région tropicale. La plupart des gens assistèrent aux activités développées en dehors des tentes, mais 34 710 hommes et femmes prirent part au parcours intérieur.

Le processus qui culmine avec l'installation de la *Tente Lilas* est aussi important que la tente elle-même : il garantit la participation communautaire et la pérennité. Il comprend des activités de promotion, de formation et de mobilisation sociale. Approximativement cinquante activités différentes ont lieu dans la communauté avant l'arrivée de la *Tente Lilas*.

D'abord sont identifiées des ONG dans les différentes régions du pays. Trois organisations du réseau du Programme de coordination de santé intégrale (*Programa de Coordinación en Salud Integral*, PROCOSI) furent sélectionnées, une dans chaque région géographique : SERVIR, PCI et CEPAC. Une délégation de l'ONG régionale rend visite aux autorités municipales pour expliquer le projet et solliciter des appuis. Le conseil municipal, le personnel du dispensaire, les maîtres d'écoles et les militaires cantonnés dans la zone sont invités à intégrer une instance de coordination. Ensuite, une vingtaine de personnes sont formées comme animateurs de *La Tente Lilas*. Les animateurs des radios locales reçoivent aussi une formation et des matériels pour produire des programmes éducatifs sur la santé reproductive ; un panneau pour traiter de ces thèmes et résoudre les questions fut spécialement conçu pour les producteurs de radio, mais il peut être utilisé aussi par les maîtres d'école. Un autre groupe reçoit une formation pour réaliser des peintures murales ; six en moyenne ont été peintes dans chacune des 21 municipalités.

Après trois semaines d'activités de formation qui contribuent à impliquer les différentes institutions de la communauté, un groupe de huit personnes monte *La Tente Lilas*, qui pèse trois tonnes. Les animateurs se préparent à recevoir les visiteurs, qui parcourent l'intérieur de la tente en groupes de dix, guidés à travers les différentes aires et exercices. Il s'agit d'une expérience intense. Le circuit à l'intérieur de la tente se termine par une visite à la bibliothèque où les participants reçoivent des exemplaires gratuits de certaines publications, comme la série de bandes dessinées « *Les histoires de Yoni* ».

Pendant que les autres gens attendent à l'extérieur, ils peuvent assister à des projections de vidéos produites par *La Tente Lilas*, comme « *Amanecer* » ou « *Decisiones* », ou à des spectacles de marionnettes ou de théâtre.

La nuit, la plate-forme installée à l'extérieur de *La Tente Lilas* se transforme en scène pour les spectacles de musique, danse et théâtre avec la participation de centaines de gens de la communauté. Les groupes artistiques locaux alternent avec des jeunes chanteurs de Santa Cruz, Cochabamba ou La Paz, invités spécialement pour l'occasion.

Pendant les trois jours où est installée *La Tente Lilas*, environ 1 500 à 3 000 visiteurs prennent part à l'intense expérience d'apprentissage grâce à des dynamiques de groupe, de jeux et d'images qui stimulent la participation. Immédiatement après, *La Tente Lilas* est démontée et emmenée à un autre endroit. Trois jours d'activité de *La Tente Lilas,* cela paraît bien peu, considérant qu'il a fallu plus de deux semaines pour tout organiser, former les animateurs et monter la tente. Cependant, *La Tente Lilas* n'est rien d'autre que le point culminant d'un processus qui implique toute la communauté. Quand *La Tente Lilas* s'en va, le matériel reste et les animateurs communautaires continuent à aborder la discussion sur la santé reproductive dans les écoles, dans les centres de santé et dans les familles.

Le coût pour assembler *La Tente Lilas* dans chaque municipalité se monte à quelques 7 000 dollars US. En 1998, 400 000 dollars US ont été investis (sur un million disponible pour le projet).

ORIGINES ET CONTEXTE

En 1969, *Yawar Mallku*, le fameux film du réalisateur bolivien Jorge Sanjinés, montra la rébellion des paysans de l'altiplano contre des volontaires, apparemment des Peace Corps américains, qui étaient en train de stériliser leurs femmes. Cette dramatique dénonciation des politiques de contrôle de la natalité des États-Unis dans un pays dépeuplé comme la Bolivie (la population de la ville de New York dans un territoire trois fois plus grand que la Californie) se traduisit par un refus total, pendant de nombreuses années, de discuter des thèmes de population. Récemment, les campagnes sur la santé reproductive ont remis le thème de la démographie à l'ordre du jour national.

Une auto-évaluation du Centre de communication de l'université Johns Hopkins (JHU/CCP) établit que depuis 1986, les stratégies de santé reproductive développées par JHU/CCP avec des fonds de l'USAID illustrent « l'importance de campagnes soigneusement calibrées, qui évoluent de la promotion prudente jusqu'à des actions d'envergure nationale ».

En dix ans, la stratégie de promotion des services de planning familial dans les principaux centres urbains a évolué vers les préoccupations sur la santé materno-infantile dans les zones rurales. En 1994, une grande campagne fut lancée dans les médias des quatre villes les plus importantes ; un nouveau logo, de la publicité à la radio et à la télévision et de nouveaux services de santé contribuèrent à effacer partiellement l'image négative associée au planning familial. En 1996, la troisième campagne mis l'accent sur les services de santé reproductive, insistant sur le thème de la mortalité maternelle.

La Tente Lilas fait partie de la quatrième campagne et prend en compte les leçons apprises lors des trois campagnes antérieures. Elle est la première qui touche les zones rurales de Bolivie. Une commission technique qui intègre des ONG, le secteur privé, le gouvernement et les agences de coopération internationales qui travaillent dans le domaine de la santé reproductive, a conçu la stratégie.

IMPACT SOCIAL

Peut-être n'est-ce pas le mérite exclusif de *La Tente Lilas* et des trois campagnes précédentes, mais les statistiques du Demography and Health Survey (DHS) des États-Unis et de l'Institut national des statistiques (*Instituto Nacional de Estadística*, INE) de Bolivie montrent des changements importants au cours de ces dix dernières années. L'indice de mortalité infantile a diminué de 96/1000 à 67/1000 ; les accouchements dans des institutions de santé ont augmenté de 40 % à 56 % ; les soins prénatals ont augmenté de 45 % à 70 %. La stabilité économique du pays pendant ces dernières années n'est pas étrangère à ces chiffres.

Les objectifs de planning familial de la stratégie furent également atteints. Le pourcentage sur la « connaissance d'au moins une méthode contraceptive moderne » a augmenté de 67 % à 87 % ; l'utilisation de préservatifs est passée de presque zéro à 2,6 % ; le taux d'implantation de dispositifs intra-utérins (DIU) a augmenté de 4,8 % à 11,1 %, et l'utilisation de la pilule de 1,9 % à 3,8 %. Les statistiques mettent en évidence que la population est plus intéressée par la réduction de la mortalité materno-infantile que par le contrôle de la natalité.

L'expérience de *La Tente Lilas* s'adresse surtout aux jeunes des zones rurales qui parlent espagnol, qui ont un certain niveau d'éducation et qui sont moins résistants au changement. Les nouvelles générations de Boliviens ont de meilleures opportunités pour s'informer et prendre des décisions.

Un autre bénéfice important introduit par *La Tente Lilas* est l'approche collective. La stratégie ne se concentre plus sur l'éducation individuelle, face-à-face, mais prend en compte toute la communauté. De plus, son objectif se place moins sur la « persuasion » et plus sur la promotion de l'analyse et du débat. La communauté est activement impliquée et cesse de recevoir passivement les décisions prises par d'autres.

MÉDIAS ET MÉTHODES

L'utilisation d'une variété de moyens de communication fait de *La Tente Lilas* un projet novateur. La tente, en elle-même, est le lieu dans lequel se passent les choses, un espace de référence et un environnement propice. Les méthodes incluent des jeux interactifs, de la musique en direct, des vidéos, des publications, du théâtre, des marionnettes etc.

Les brochures sont particulièrement intéressantes. Avec des dessins et de brefs dialogues, les bandes dessinées décrivent les situations que vivent les jeunes, en leur donnant des conseils sur l'utilisation des préservatifs, les dispositifs contraceptifs, les maladies sexuellement transmissibles et d'autres thèmes. Les productions vidéo, en particulier conçues pour les jeunes, abondent en ce sens.

OBSTACLES

Le premier mot qui vient à l'esprit lorsqu'on évoque les obstacles de ce projet, c'est « pérennité ». Comme tout projet financé et dirigé par JHU/CCP avec un financement de l'USAID, *La Tente Lilas* a un début, un temps de développement et une fin bien définis. Une fois le financement épuisé, qui pourra bouger d'un coin à l'autre du pays les trois tonnes d'équipement nécessaires pour monter la tente ? Le principal investissement est déjà fait : la construction des tentes, l'acquisition de l'équipement audiovisuel, la formation, la production de matériels … Cependant, il faut environ 7 500 dollars US chaque fois qu'est réalisée l'expérience de la *Tente Lilas* dans une nouvelle communauté.

Un autre problème détecté a trait au temps de passage de la *Tente Lilas* dans chaque municipalité. Trois jours ne sont pas suffisants pour que toutes les personnes de la communauté puissent visiter l'intérieur de la tente. La plupart des gens participe seulement aux activités de récréation qui ont lieu à l'extérieur, qui ne sont pas aussi efficaces, du point de vue éducatif, que celles qui ont lieu à l'intérieur de la tente.

RÉFÉRENCES

L'information pour ce texte fut obtenue dans les documents mentionnés plus loin, et grâce à des entretiens à La Paz (en octobre 1999) avec le coordinateur de *La Tente Lilas*, Marcos Paz et la responsable de la production vidéo, Carola Prudencio.

Les vidéos suivantes ont été visionnées : *Diálogo al Desnudo* (1996), *Amanecer* (1998), *Piel de Luna* (1997), *Decisiones* (1998), et *Hablemos en Pareja* (1998), toutes produites localement pour le projet ou lors des étapes antérieures de la stratégie de communication.

Publications :

Las Historias de Yoni, série de brochures avec des bandes dessinées.

Paz, Marcos. « Las ONGs y las Carpas Lila ». In *J & G, Revista de Epidemiología Comunitaria.* La Paz (Bolivie) : juillet–décembre 1998 ; et Paz, Marcos. « La Carpa Lila : Una Experiencia Innovadora en Comunicación para la Salud ». In *Opciones, Revista sobre Salud Sexual y Reproductiva.* La Paz–Bolivie : mars 1999.

Estrategia de IEC para el Área Rural. Subcomité Nacional de IEC, 1997.

« Bolivia's *Lilac Tent* : A First in Health Promotion ». In *Communication Impact.* Baltimore : John Hopkins University Center for Communication Programs (JHU/CCP), avril 1999.

MANENO MENGI



Tanzanie

FICHE TECHNIQUE

NOM : Maneno Mengi

PAYS : Tanzanie

OBJECTIFS : Développement communautaire

LIEU : Mtwara, Lindi, Hangai, Zanzibar et autres

BÉNÉFICIAIRES : Communautés urbaines et rurales, pêcheurs

PARTENAIRES : Rural Integrated Project Support (RIPS), TV Zanzibar, Historic Cities Support Programme (HCSP)

FINANCEMENTS : Coopération finlandaise, Swedish International Development Agency (SIDA), Aga Khan Trust for Culture (AKTC)

MÉDIAS : Vidéo

ANECDOTES

Imaginez une scène du marché au poisson de Kilwa, dans la région de Mtwara, dans l'est de la Tanzanie. L'image montre un groupe de pêcheurs qui accuse le directeur exécutif du district de ne pas avoir redistribué l'argent des impôts au fonds pour l'environnement marin et à la communauté, comme il se doit. « C'est la vérité. L'utilisation de l'argent collecté est mauvaise, comme on peut le voir. Lui-même ne sait pas combien il a collecté, et par conséquent, nous ne savons pas à combien nous avons droit. C'est comme cela qu'ils s'engraissent tandis que nous maigrissons de plus en plus ».

La discussion continue comme si la caméra n'était pas là ; les gens sont habitués à ce que la caméra soit un participant de plus. Personne ne regarde la caméra, personne ne modifie son discours ou son attitude pour la caméra. C'est l'une des sessions de vidéo participative organisées par *Maneno Mengi*, un pas de plus dans le long processus pour aider la communauté à mieux comprendre les initiatives du développement social et économique par l'utilisation de la vidéo.

Le produit final, « Utuambie Wananchi », est un « résumé-vidéo », un bref rapport du processus interactif développé sur plusieurs mois. Mais il n'en constitue ni le résultat final ni l'objectif principal, à peine une manière de partager avec d'autres tout le processus de façon synthétique. Des mois plus tard, la vidéo devient un « portrait populaire qui rappelle comment les pêcheurs combattirent la corruption ».

Le véritable objectif de travail de *Maneno Mengi,* c'est le processus interactif de participation. Les pêcheurs de l'Association de protection de l'environnement marin des régions de Mtwara et Lindi (*Shirikisho*) sollicitèrent l'appui de *Maneno Mengi* pour faire un suivi du marché au poisson, qui montrait constamment des pertes de revenus. Il avait été décidé au début que 5 % des bénéfices devaient être répartis entre la communauté (20 %), le district (30 %) et le fonds pour l'environnement marin (50 %), pour financer les activités de développement. Cela ne se passa pas ainsi, jusqu'à ce que le problème fût analysé par les intéressés grâce à un processus de vidéo participative.

L'évaluation se fit face à la caméra, sur le marché même. Les gens étaient conscients que la caméra était un allié, ayant travaillé depuis 1994 avec *Maneno Mengi* sur un autre problème qui fut résolu avec l'aide de la vidéo : la lutte pour en finir avec la pêche à la dynamite.

DESCRIPTION

Maneno Mengi

Maneno Mengi, qui signifie en swahili « beaucoup de mots », est une petite entreprise de vidéo créée en 1998, après plusieurs années de travail avec des communautés de Tanzanie. Munis de caméras numériques et d'équipements d'édition portables, ce groupe de cinéastes, composé de quatre communicateurs de nationalités différentes (suédoise, allemande, anglaise et tanzanienne), met en pratique un des projets de vidéo participative les plus intéressants.

Le groupe a commencé par des activités de communication participative tandis qu'il travaillait dans le sud de la Tanzanie dans le cadre du Projet de soutien rural intégré (*Rural Integrated Project Support,* RIPS), financé par la Finlande. En ce temps-là, certains thèmes très polémiques, comme la pêche à la dynamite, n'étaient même pas discutés, considérés « très difficiles » à traiter. Les solutions superficielles n'eurent aucun succès, jusqu'à ce que le thème de la participation communautaire fût discuté : la seule manière de régler le problème de manière définitive était de prendre la communauté comme point de départ. La vidéo fut utilisée pour la première fois pour en faciliter la participation.

Le processus commença par une analyse de la situation : 28 espèces de poissons étaient en voie d'extinction ; plusieurs pêcheurs perdirent un bras à cause d'explosions accidentelles ; les récifs de corail étaient

endommagés ; la corruption des autorités empêchait la recherche de solutions. Le processus de vidéo interactive devait « articuler les demandes, relier les communautés, réaliser une évaluation et une médiation participatives ». La communauté analysa les enregistrements vidéo qui furent essentiels à la révélation du problème au cours des réunions avec les ministres, les institutions de coopération et les décideurs. Parmi les résultats de ce processus on compte : l'intervention de la force navale pour freiner la pêche à la dynamite, la création d'un système d'épargne et de prêt, la construction de marchés au poisson, le renforcement de l'organisation communautaire (*Shirikisho*) et la discussion du thème à l'échelle nationale. La pêche à la dynamite disparut finalement vers 1997.

Ce qui précède illustre le type d'interventions de *Maneno Mengi*, qui utilise la vidéo comme un outil d'auto-évaluation et de renforcement des organisations communautaires, donnant une voix puissante aux gens qui, auparavant, n'étaient pas écoutés. « Nous définissons la vidéo participative comme un processus de production sans scénario, dirigé par des gens de la communauté, qui avance par cycles répétitifs de réalisation et d'analyse. Le processus aspire à créer une narration vidéo qui communique ce que les participants veulent vraiment communiquer, dans la forme qu'ils considèrent la meilleure ».

Entre 1996 et 1998, *Maneno Mengi* appuya activement l'engagement des villages de Hangai dans la conception et l'entretien d'une réserve forestière. Des Comités communautaires de ressources naturelles furent formés pour faciliter le dialogue avec des fonctionnaires du district sur la décentralisation de l'administration de la réserve forestière. À la fin, un « résumé » du processus fut édité : « Misitu wa Hangai » (*La forêt de Hangai*).

La vidéo fut aussi essentielle dans la campagne de 1997 pour la prévention des épidémies de choléra dans les régions de Mtwara et de Lindi. Elle contribua à l'analyse de la situation et à la planification participative. À la fin, les villages eux-mêmes conçurent leurs propres plans d'action contre le choléra. En plus du résumé vidéo, « Tukomeza Kipindupindu » (*Débarrassons-nous du choléra*), un programme radio, fut produit.

Dans d'autres interventions, l'utilisation de la vidéo permit l'arrêt de l'expulsion de villageois par des propriétaires terriens étrangers à Naumbu (« Ils sont en train de vendre notre village ») ; de rendre public les implications d'un décret agraire pour les villages de Newala (« Conflits sur la terre ? ») ; et de donner la parole aux habitants de Stonetown à Zanzibar, tout en prônant la préservation de cette vieille ville (« Baraza », série de télévision). C'est seulement dans cette dernière activité que les vidéos furent le principal produit du processus.

ORIGINES ET CONTEXTE

Maneno Mengi tire son origine de la composante de communication interactive, une des trois aires de travail du RIPS. Les objectifs visaient à promouvoir la communication rurale pour faciliter l'accès à l'information et donner aux communautés la possibilité de s'exprimer. En 1998, *Maneno Mengi* s'installa comme groupement indépendant, avec l'objectif de proposer des services de communication pour tout l'est de l'Afrique. Le RIPS est un des membres du réseau des centres de communication ruraux qui continue à se développer.

L'utilisation de la technologie vidéo aux fins décrites précédemment, constitue une réussite importante en Tanzanie, principalement parce que tout ce qui avait été fait auparavant, du point de vue de la communication participative, était lié à la radio. Bien que la radio soit indubitablement le média le plus influent dans l'est de l'Afrique, elle a rarement été utilisée pour donner une voix aux communautés rurales. La radio a été principalement utilisée dans des programmes sociaux pour diffuser des messages à contenu social. Son utilisation comme instrument de communication aux mains de la communauté est encore rare, bien que le programme RIPS ait lui-même eu du succès en mettant en place un réseau (*Radio Kijijini*), qui permettait à douze villages d'enregistrer leurs propres cassettes avec des messages diffusés plus tard par une radio locale affiliée à *Radio Tanzanie*.

La technologie de la vidéo se présenta comme une alternative intéressante dans un contexte où l'accès des communautés à la radio est très limité. Dans le cadre du RIPS, la vidéo servit à : a) négocier des alliances et établir des mécanismes pour la gestion des ressources naturelles ; b) lier la recherche participative aux débats sur les politiques nationales ; et c) améliorer la fourniture de services sociaux grâce à l'apprentissage de la participation.

IMPACT SOCIAL

Maneno Mengi approfondit la pratique de la communication participative tout en développant une réflexion basée sur l'expérience accumulée. Tous les processus de travail avec les différentes communautés ont été documentés et sont considérés comme la somme d'un travail effectué dans un même objectif.

Des changements sociaux se sont produits dans presque tous les projets où *Maneno Mengi* s'est impliqué. Les résultats des interventions sur des sujets comme la pêche à la dynamite à Mtwara, la forêt de Hangai ou la rénovation de Stonetown à Zanzibar n'auraient pas été possibles sans les changements intervenus au sein des communautés : une plus grande participation locale, le renforcement organisationnel, l'application de principes démocratiques dans la prise de décisions et surtout, une claire compréhension des problèmes. Les deux stratégies, communication pour l'articulation des demandes et communication pour la négociation, furent un succès dans le processus de recherche de solutions.

La vidéo, outil d'apprentissage ayant une immense valeur éducative, a appuyé le processus et accompagné la communauté. La caméra agit parfois comme un microscope, parfois comme un miroir collectif. Elle peut se concentrer sur des détails ou laisser la communauté s'analyser et s'auto-évaluer. Le fait que la communauté se soit chaque fois familiarisée avec l'équipement vidéo, prouve que l'instrument a été accepté et adopté. La prochaine étape est le transfert et l'appropriation par la communauté.

« L'accès à la vidéo », écrit Lars Johansson dans Participatory Video and PRA, « a étendu le processus aussi bien verticalement, en facilitant le dialogue sur les politiques, qu'horizontalement, en générant un appui politique pour des causes et demandes articulées localement. […] En permettant que les individus et les communautés de base s'expriment par eux-mêmes, la vidéo stimule les luttes politiques pour le pouvoir et les droits démocratiques. »

MÉDIAS ET MÉTHODES

L'élément clé dans le travail de *Maneno Mengi* est l'utilisation interactive de la vidéo. Le produit final, que les producteurs appellent le « résumé-vidéo », est seulement un rapport sur le processus, destiné à montrer à d'autres communautés, à la coopération internationale et à ceux qui prennent les décisions, le rôle que peut jouer la vidéo comme instrument d'impulsion du développement.

La technologie à coût réduit a permis une utilisation différente de la vidéo. Si *Maneno Mengi* n'avait pas les équipements légers qu'elle possède, elle n'aurait pas avancé autant dans le processus interactif et participatif. Les petites caméras numériques garantissent non seulement une haute qualité d'images, mais aussi la possibilité de transférer cette technologie aux mains de la communauté. Enfin, celui qui tient la caméra cesse d'être important, puisque toute la communauté est impliquée dans le processus.

Cependant, le plus grand saut qualitatif est atteint grâce à la technologie d'édition. Jusqu'à une date récente, les équipements d'édition étaient enchaînés aux salles d'édition en raison de leur taille et de la quantité d'instruments nécessaires (écrans, tables de mixage, enregistreurs) ; mais les nouvelles technologies qu'utilise *Maneno Mengi* libèrent le processus d'édition de la dépendance d'une salle, du transport ou même de l'électricité. Tout le nécessaire pour éditer tient dans un ordinateur portable (*Apple PowerBook G3*), équipé du logiciel *Final Cut Pro* et disposant d'une capacité de mémoire suffisante.
En termes de qualité, il n'y a pas de différence avec les installations professionnelles normales, et le prix est vingt fois moins élevé.

OBSTACLES

Malgré les avantages des nouvelles technologies, le processus pour obtenir que la communauté s'approprie les moyens de communication n'est pas simple, dans la mesure où l'outil utilisé (la vidéo) est si nouveau pour la communauté que l'« appropriation » ne consiste pas simplement en un transfert de propriété des instruments. *Maneno Mengi* sait très bien que ce processus peut prendre des mois ou des années : « 1. Quelques minutes pour apprendre à utiliser les touches ; 2. Quelques jours pour apprendre à cadrer, à faire la mise au point et à exposer correctement ; 3. Quelques semaines pour apprendre à raconter une histoire avec des images en mouvement ; et 4. Quelques mois ou peut-être quelques années pour pouvoir aider les autres à raconter leurs histoires ».

RÉFÉRENCES

Les informations pour ce texte ont été réunies pendant une visite au siège de *Maneno Mengi* à Zanzibar (Tanzanie), en mars 2000. L'auteur a interrogé Lars Johansson, Verena Knippel, Dominick de Waal et Farida Nyamachumbe, les quatre associés de *Maneno Mengi*.

Les productions ou « résumés-vidéo » suivants ont été visionnés : *La forêt de Hangai* (1999), *Bahari Yetu Hatutaki* (1994), *Utuambie Wananchi* (1998) et *Baraza* (1999).

La revue *Forest, Trees and People* (décembre 1999–janvier 2000) a publié quatre articles importants sur le travail de *Maneno Mengi*, écrits par des membres du groupe.

Le site Web de *Maneno Mengi* (http://www.zanzibar.org/maneno/) comporte d'autres textes complémentaires : a) *Travel Report par Kamal Singh* (juillet 1998), b) *Communicative Aspects of Participatory Video Projects : An exploratory Study* par Bernhard Huber, et c) *Stonetown Baraza : Participatory TV and Community-Based Rehabilitation in Zanzibar* par Verena Knippel et Lars Johansson.

NUTZIJ



Guatemala

FICHE TECHNIQUE

NOM : Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas (NUTZIJ)

PAYS : Guatemala

OBJECTIFS : Développement et organisation des femmes

LIEU : Sololá

BÉNÉFICIAIRES : Femmes maya

PARTENAIRES : Red de Desarrollo Sostenible (RDS/PNUD), Asociación para el Desarrollo Integral (APDESI), Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno (AMSCLAE)

FINANCEMENTS : Padma Guidi, Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

MÉDIAS : Vidéo et Internet

ANECDOTES

La caméra bouge librement, montrant des visages souriants, des pieds, des objets et des animaux. Elle descend à la rencontre d'un enfant qui s'approche jusqu'à ce que l'un de ses yeux couvre toute l'image ; tandis que l'enfant fête sa prouesse, la caméra remonte de nouveau, balayant au passage des tissus aux couleurs magnifiques.

Deux femmes se filment mutuellement et ceux qui les entourent. Les petites caméras vidéo ne semblent pas gêner la famille Aguilar Reynoso, Mayas du groupe kaqchikel qui vivent dans une communauté proche de Cantel, Quetzaltenango. Emiliana Aguilar, la fille, tient une des caméras. Sa sœur Elena et elle furent formées pour produire des

vidéos, et elles le font avec le même naturel qu'elles conversent dans leur langue maternelle.

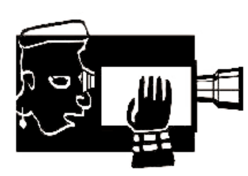
Panorama de vêtements étendus au soleil, premier plan de mains épluchant des pommes de terre, un chiot se faufile entre les jambes. Pour quelqu'un de trop habitué à la télévision, cette sélection d'images peut sembler erratique mais elle ne l'est pas : en à peine 12 minutes, la vie de la famille Aguilar Reynoso est résumée sur l'écran grâce à des témoignages vivants sur la culture et la vie quotidienne dans les temps heureux comme dans les temps malheureux.

« Les choses ont changé », dit un viel homme ; « avant, nous soignions les malades avec des produits naturels, mais maintenant il y a des médicaments chimiques qui coûtent mille quetzals. Comme nous ne pouvons pas les acheter, nous continuons à utiliser la médecine traditionnelle. » Une femme montre quelques feuilles et explique leurs propriétés médicinales. « Mais bien sûr, si on n'y croit pas, on ne guérit pas », ajoute-t-elle avec conviction.

La caméra s'approche d'un groupe de femmes qui lavent des vêtements, leurs enfants en bas âge sur le dos. « Le père de mon premier enfant fut tué par les militaires, je ne l'ai jamais revu », dit l'une d'elles, rappelant la répression des années 1980. Beaucoup ont fui précipitamment, laissant tout derrière eux. Certains survécurent.

La vidéo coule comme un ruisseau clair, loin des sacro-saintes règles du cinéma documentaire. De toute façon, qui a inventé ces règles ? Une guitare laisse échapper sa musique, poussant la famille à chanter et à danser. La vie continue, ce sont des temps meilleurs. Les enfants jouent à la marelle : ils dessinent les cases avec un bâton, puis sautent sur une case et atterrissent au « ciel ».

DESCRIPTION



Nutzij (« *Ma parole* », en langue maya kaqchikel), aussi connu sous le nom de Centre de femmes mayas communicatrices (*Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas,* CMCM), est une organisation qui a son siège dans la zone centrale du Guatemala, à Solola, sur le lac Atitlan. À la tête de *Nutzij* se trouve un groupe de femmes mayas, pour la plupart professeurs à l'école Nouvel Espoir de Xajaxac, conseillées par Padma Guidi, professionnelle de la communication aux États-Unis qui est à l'origine du projet. *Nutzij* propose divers cours pratiques de communication audiovisuelle pour femmes indigènes, avec un accent sur la vidéo et Internet. L'objectif du centre est de faire prendre conscience du rôle des moyens de communication et de développer la capacité de communiquer dans le contexte des zones rurales, ainsi que la capacité d'utiliser Internet pour le marketing et la communication internationale.

À l'origine, le centre fournissait des services d'éducation technique et des opportunités d'emploi par l'accès à l'information, aux technologies de l'information, de la communication, et de la production vidéo, ainsi que des stages d'analyse des moyens de communication participative. L'utilisation d'Internet permet d'accéder à des informations utiles pour les organisations de développement impliquées dans des coopératives, l'agriculture, la santé et l'éducation entre autres. Une des tâches que *Nutzij* développe progressivement est la recherche sur le Web d'informations qui peuvent être utiles pour la population locale.

Le centre a commencé ses activités en 1997 grâce à une donation privée d'équipement vidéo d'une valeur de 50 000 dollars US, comprenant quatre caméras vidéo 8, un équipement d'édition et trois ordinateurs.

Les activités de *Nutzij* sont essentiellement divisées en deux composantes : la production et la formation vidéo, et la formation en informatique et l'accès à Internet.

La composante vidéo compte à son tour trois aires principales :

- Des stages d'auto-diagnostic interactif pour aider les communautés, les projets et les organisations de développement à inclure des processus participatifs dans la planification et la mise en œuvre des programmes ;
- Des productions vidéo réalisées par les femmes membres de *Nutzij ;*
- La formation de femmes à la production vidéo ou à la communication populaire *(comunicadoras populares).*

En 1999, *Nutzij* s'est associée à d'autres institutions, par exemple l'Autorité pour la gestion durable de la vallée du Lac Atitlan et de son environnement (*Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno*, AMSCLAE), une organisation qui sollicita un soutien pour former un groupe de jeunes femmes mayas à la production vidéo et au travail sur des thèmes environnementaux.

La composante Internet comprend une formation de base en informatique, ainsi que la recherche sur le Web sur des thèmes qui peuvent être profitables à la communauté, comme l'environnement, l'agriculture, l'éducation, le renforcement de la femme etc.

La stratégie d'ouverture de télécentres dans les communautés a commencé dans le village de Chaquijya, en collaboration avec l'Association pour le développement intégral (*Asociación para el Desarrollo Integral*, APDESI), un groupe local. On attend de cette expérience pilote qu'elle apporte des informations utiles pour l'installation des autres télécentres prévus.

Une des limites constantes de *Nutzij* est le manque de fonds, surtout parce que toutes les activités de formation et l'accès aux équipements vidéo et informatiques sont offerts gratuitement aux populations indigènes. Vers 1999, le centre conçut une stratégie pour obtenir des fonds grâce aux stages pour étudiants en communication

étrangers qui payent pour le droit de participer à des coproductions avec des femmes mayas. En plus de récolter des fonds pour financer d'autres activités, cette expérience est importante parce qu'elle favorise l'échange culturel dans un esprit de respect et de solidarité. En 1999, cinq étudiants européens et américains y participèrent.

ORIGINES ET CONTEXTE

La situation de l'éducation au Guatemala est lamentable. Les gouvernements militaires et *ladinos* successifs ignorèrent complètement les nécessités de l'éducation de la population maya, qui constitue la vaste majorité de la population du pays. Par conséquent, le taux d'analphabétisme est très élevé, particulièrement chez les femmes mayas ; après Haïti, le Guatemala a le pire indice d'Amérique latine (45 %). Les tentatives de forcer la population maya à apprendre à lire et écrire en espagnol se sont soldées par un échec, mais les gouvernements *ladinos* persistent, malgré la recommandation de l'UNESCO que l'éducation initiale se fasse dans la langue maternelle avant d'introduire graduellement l'espagnol comme seconde langue.

Les communautés mayas du Guatemala parlent une vingtaine de langues différentes ; dans la partie centrale du pays, dans les communautés des départements proches du Lac Atitlan, on parle trois langues importantes : tzutujil, quiché et kaqchikel. En raison de leur attachement à la langue et à la tradition, ces communautés mayas ont une identité culturelle très forte, qui a survécu non seulement à des siècles de conquête et de colonisation espagnole, mais aussi à presque quarante ans de guerre civile et d'extermination où la population maya, y compris femmes et enfants, fut la plus affectée.

Dans ce contexte, la capacité des femmes mayas, même analphabètes, à adopter les outils audiovisuels pour les mettre au service de leur culture et de leurs luttes sociales, ouvre des opportunités extraordinaires ; encore plus quand ces outils sont intégrés aux nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Les activités de *Nutzij* débutèrent fin 1997, lorsque Padma Guidi, qui auparavant travaillait avec des groupes de femmes en Inde, à Prague et dans les réserves indiennes des États-Unis, forma un groupe de femmes aux techniques de production vidéo. Quatre de ces femmes organisèrent le CMCM. Padma Guidi donna des fonds, l'équipement vidéo, finança les premières activités et appuya le groupe comme conseillère technique.

IMPACT SOCIAL

La vidéo est un moyen de communication bon marché, facile à utiliser et à diffuser. Il a été utilisé avec succès dans des projets de développement, parfois comme un outil d'auto-analyse, de réflexion et d'évaluation et parfois pour appuyer des processus d'organisation au sein des groupes. Il s'adapte particulièrement au monde rural du Guatemala, où l'on peut trouver des récepteurs de télévision dans des foyers où d'autres services élémentaires manquent et où les opérateurs locaux de télévision par câble ne voient pas d'inconvénients à diffuser des programmes produits localement.

Des femmes qui n'avaient jamais rêvé auparavant d'une vie qui serait faite d'autre chose que de porter de l'eau et d'avoir des enfants, qui n'avaient pas appris à lire et à écrire, ont désormais la possibilité de manipuler des caméras vidéo, de prendre des décisions personnelles sur les valeurs et la représentation, de rapporter les événements importants de leur communauté et de contribuer à revitaliser leur propre culture tandis qu'elles en découvrent d'autres. « La population maya a été désinformée ou mal informée de façon constante à propos de tout, depuis l'économie jusqu'aux soins de santé. Voir c'est croire, et les vidéos réalisées par les communautés indigènes peuvent fournir l'information aux gens dans leur propre langue et avec des images qu'ils peuvent reconnaître et avec lesquelles ils peuvent s'identifier », affirme Padma Guidi.

Une autre contribution de *Nutzij* est de mettre à la portée des communautés et des organisations les outils pour réaliser des auto-évaluations et générer des processus de participation pour le développement. Cette approche a pu être mise en œuvre en collaboration avec la FAO et le Ministère de l'Agriculture du Guatemala (MAGA).

MÉDIAS ET MÉTHODES

Nutzij met en valeur l'apport de la communication audiovisuelle, plus encore dans une culture dans laquelle, d'une génération à l'autre, la transmission orale des valeurs humaines et de l'histoire constitue le système de communication le plus important.

La stratégie du CMCM tire profit du potentiel de la vidéo et d'Internet et combine les deux outils selon les nécessités de la formation et la demande en services. La composante vidéo équilibre les stages de formation et la production de documentaires ainsi que leur utilisation dans la recherche et l'auto-diagnostic communautaire. De cette façon, la technologie vidéo est utilisée comme un outil pour la production de messages et comme un processus qui stimule le dialogue entre communautés, projets et organisations.

Bien qu'encore au stade expérimental, la composante d'informatique a les mêmes caractéristiques de participation. L'administration du télécentre est aux mains de la communauté qui reçoit l'appui et l'assistance technique de *Nutzij*.

OBSTACLES

L'accès à Internet est un défi toujours non résolu au sein de la population maya, spécialement pour les femmes qui parlent à peine l'espagnol et encore moins l'anglais. Le fait que 90 % de l'information sur le Web soient en anglais n'est pas une donnée très encourageante pour un projet qui souhaite utiliser Internet pour créer des liens entre la population indigène et le monde extérieur. Cependant, les femmes associées à *Nutzij* font des efforts considérables pour identifier sur Internet des pages en espagnol et faire que cette information soit un peu plus proche des communautés. Seul le développement de nouvelles pages Web, avec des contenus appropriés aux nécessités de la population locale, pourrait changer cette situation.

Les exigences de la vie quotidienne dans les zones rurales du Guatemala font que les femmes mayas ne sont pas toujours disponibles pour participer aux activités de formation. Les horaires et la formation de *Nutzij* ont dû s'adapter à cette réalité.

Les zones rurales du Guatemala ne comptent pas encore de bons services de téléphonie et d'électricité, ce qui limite certaines des activités de *Nutzij* en particulier celles d'Internet. Les lignes de téléphone, quand il y en a, sont précaires et l'accès à Internet devient une opération tortueuse.

Un problème constant pour *Nutzij* est l'absence de financement. Depuis le début, les activités et l'équipement de communication ont été financés grâce aux relations personnelles de Padma Guidi.

RÉFÉRENCES

Les informations pour ce texte ont été fournies par Padma Guidi (conseillère technique de *Nutzij*) et Fermina Chiyal Jiatz (présidente), pendant une visite à Sololá en mai 2000.

Plusieurs productions vidéo ont été visionnées : *La educación como una luz*. *La mujer guatemalteca y su mundo natural*. *Abriendo voces*. Et *Un día en la vida*.

Autre document consulté : *Boletín Anual 1999*, Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas.

Le site Web du *Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas (CMCM)* : www.rds.org.gt/cmcm

PROJET DE MOYENS DE COMMUNICATION DU CHIAPAS



Mexique

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Chiapas Media Project (CMP)
PAYS :	Mexique – États-Unis
OBJECTIFS :	Communication pour la démocratie
LIEU :	Municipalités de Palenque, Ocosingo, Altamirano, Las Margaritas et San Andrés Larrainzar
BÉNÉFICIAIRES :	Communautés chol, tzeltal, tzotzil, tojolabal
PARTENAIRES :	LaNeta, Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE)
FINANCEMENTS :	The US-Mexico Fund for Culture, The Peace Development Fund, The Funding Exchange
MÉDIAS :	Vidéo, Internet

ANECDOTES

L'arôme du café cultivé localement flotte dans l'air du bureau du *Projet de moyens de communication du Chiapas* (CMP), à San Cristobal de las Casas. Dans une pièce, Feliciano classe les bandes vidéo qui font partie de son nouveau projet sur le sauvetage culturel dans les zones indigènes tzeltales. Dans une autre pièce, Moisés donne les dernières touches à sa vidéo, filmée dans sa langue maternelle, sur le système autonome d'éducation que les indigènes ont développé depuis 1994, quand le mouvement zapatiste s'imposa. Le bureau entier, qui sert aussi de maison pour les vidéastes locaux originaires de communautés éloignées, déborde d'activité.

Aujourd'hui, des vidéastes de cinq régions indigènes autonomes de l'État du Chiapas, travaillent dans le *CMP* qui est devenu un forum pour que les indigènes puissent définir leur propre agenda, promouvoir leur autonomie et transmettre leurs histoires dans leurs propres mots et avec leurs propres images.

Feliciano a déjà produit trois vidéos. La plus récente, « Femmes unies », sur une boulangerie, une boutique et un jardin de la

municipalité du « 17 novembre », administrés collectivement, fut filmé par deux femmes de la communauté Lucio Cabañas. « Cette vidéo montre comment les femmes ont organisé le travail collectif en des temps de résistance. Il y a d'autres communautés qui ont besoin de s'organiser, et nous avons fait la vidéo pour elles, pour qu'elles voient comment faire. La vidéo circule dans diverses régions. Nous l'avons déjà montrée et maintenant toute la région connait le travail collectif des femmes », explique Feliciano.

D'autres apprennent la vidéo pour défendre leurs communautés contre les abus des droits de l'homme commis par l'armée mexicaine ou des groupes paramilitaires qui terrorisent les communautés les plus reculées.

Rubén, promoteur des droits de l'homme formé en vidéo, affirme : « La seule chose que nous voulons, c'est que tout le monde connaisse ses droits et que nous sachions les faire respecter ». Un autre promoteur ajoute : « Ce que nous apprenons est très utile : comment utiliser la caméra vidéo pour prouver que nous sommes victimes précisément de ce dont le gouvernement nous accuse ». — Témoignage des membres du *Projet de moyens de communication du Chiapas*.

DESCRIPTION



Le *Projet de moyens de communication du Chiapas* (*Chiapas Media Project*, CMP) est un partenariat binationale entre les États-Unis et le Mexique, qui propose des formations et fournit des équipements vidéo et informatiques aux communautés indigènes marginalisées du Chiapas. Sa mission est d'encourager, grâce à la technologie de l'informatique et de la vidéo, le renforcement des communautés qui luttent pour la démocratie, la réforme agraire et l'autonomie de développement des moyens de communication alternative, de sorte que leurs voix puissent être entendues. Le projet a commencé en 1997 par une série de consultations avec des leaders des communautés indigènes de l'état du Chiapas. Lors de ces réunions, les dirigeants soulignèrent l'importance de l'information dans les luttes pour les droits de l'homme, la réforme agraire et le respect des droits indigènes.

Le *CMP* travaille dans les municipalités de Palenque, d'Ocosingo, d'Altamirano, de Las Margaritas et de San Andrés Larrainzar. La population est chol, tzeltal, tzotzil, et tojolabal. Les autorités indigènes choisissent de jeunes hommes et femmes pour participer au projet en tant qu'associés. Avec une formation suffisante, certains d'entre eux deviennent des producteurs vidéo. En maintenant les traditions communautaires, les membres du *CMP* appliquent leurs connaissances et leur créativité au profit de leurs communautés.

Grâce à la technologie de la vidéo, ils peuvent raconter leurs histoires avec leurs propres mots. Grâce aux ordinateurs, ils peuvent diffuser ces histoires par Internet. C'est un nouveau genre de lutte qui combine les valeurs traditionnelles de la dignité, de la démocratie et de l'autonomie, avec des technologies modernes qui permettent à ceux qui n'ont pas voix au chapitre de s'exprimer. La demande d'équipements et de formation croît constamment. La formation initiale comprend l'utilisation de base de la caméra, les techniques d'entretien, d'investigation d'un sujet, et de tournage dans des conditions difficiles.

Depuis qu'a eu lieu la première formation en février 1998, le *CMP* a distribué 40 caméras vidéo à 37 communautés. Trois systèmes d'édition sont en fonctionnement, y compris un système portable non-linéaire. Cinq projecteurs mobiles permettent de montrer les vidéos dans toute la région. Huit ordinateurs sont utilisés pour la formation et le stockage des informations et pour couvrir les nécessités de correspondance des communautés. Le projet a le potentiel de toucher 400 communautés, pour une population totale d'un million d'habitants.

L'utilisation de la vidéo comme instrument pour préserver la mémoire locale des luttes pour la démocratie et pour la justice a généré de nombreuses productions.

Dans « Mujeres Unidas » (*Femmes unies*), on montre le travail collectif des femmes de la municipalité du « 17 novembre » ; « El curandero de las comunidades indígenas de los Altos de Chiapas » (*Le guérisseur des communautés indigènes des Hauts du Chiapas*) est une étude approfondie des pratiques de médecine traditionnelle maya ; « La familia indígena » (*La famille indigène*) explore le rôle des hommes et des femmes dans la communauté d'Ejido Morelia ; « La mala cosecha » (*La mauvaise récolte*) illustre le déficit alimentaire de 1998 ; « El colectivo de la caña de azúcar » (*Le collectif de la canne à sucre*) illustre l'activité centrale de la municipalité d'El Trabajo, où hommes, femmes et enfants unissent leurs efforts pour produire du sucre avec des instruments faits main, travail considérable qui se fait dans la joie et la bonne humeur.

Le documentaire « Consulta Nacional 21 de Marzo, Municipio Autónomo San Juan de la Libertad » (*Consultation nationale du 21 mars, municipalité autonome de San Juan de la Libertad*) montre le travail énorme d'éducation populaire que 5 000 zapatistes du Chiapas accomplirent dans tout le Mexique pour informer sur les droits des indigènes et sur les accords de San Andrés. Cette campagne, qui dura neuf jours, entraîna une consultation nationale dans laquelle les citoyens mexicains purent voter sur quatre thèmes élémentaires liés aux droits des indigènes.

ORIGINES ET CONTEXTE

Les communautés indigènes du Chiapas sont engagées dans une lutte à la vie à la mort pour la démocratie, le droit à la terre et le respect des droits de l'homme. Tandis qu'ils se battent pour rompre le cycle de la pauvreté et de l'injustice, les moyens d'information nationaux dépeignent la difficile situation de l'état le plus méridional du Mexique d'un point de vue extérieur. Par ignorance ou malice, les médias de masse n'interprètent pas de manière fidèle la lutte des indigènes. Les informations coïncident fréquemment avec les nécessités politiques de la classe dirigeante, mais ne représentent pas le sentiment des Indiens paupérisés. En conséquence, se perpétue un racisme généralisé et une société profondément inégalitaire, où les peuples indigènes vivent au bord du désespoir, sans démocratie, sans justice économique et sans respect pour leur culture ancestrale.

L'impossibilité de contrôler leur propre vérité rend la bataille des communautés indigènes pour une vie plus digne très difficile. La communication met à leur disposition le cadre pour réaliser des changements politiques, économiques et sociaux. L'information est pouvoir et la redistribution du pouvoir est essentielle à l'obtention d'une société plus juste et démocratique.

En 1997, lors de consultations entre spécialistes de l'informatique et de la vidéo des États-Unis et du Mexique, avec des dirigeants indigènes du Chiapas, on vit la nécessité de promouvoir la voix des indigènes dans le débat national et international. Les communautés exprimèrent leurs besoins et avec l'appui de spécialistes expérimentés du Mexique et des États-Unis, ils conçurent et mirent en place le *CMP*.

IMPACT SOCIAL

Le *CMP* donne une voix à ceux qui n'en ont pas ; son influence se fera sentir dans le résultat des luttes sociales et politiques complexes du Chiapas. L'arme la plus puissante dans cette lutte est sa capacité à faire connaître au monde le point de vue des indigènes. Le *CMP* encourage les processus de renforcement des peuples indigènes grâce à la technologie de la vidéo et de l'informatique. Ces outils peuvent être utilisés pour améliorer la tolérance et la compréhension et pour faire tomber les barrières sociales, culturelles et idéologiques.

En à peine deux ans, l'impact du *CMP* a été profond. Les jeunes qui réussissent à dominer la technologie de la vidéo et de l'informatique se renforcent, gagnent confiance en eux-mêmes et étendent leurs horizons en démystifiant la technologie. Presque toutes les communautés ont été exposées à la télévision : elles ont maintenant le pouvoir de raconter leurs propres histoires. En 1998, aucun des étudiants n'avait eu auparavant une caméra ou un ordinateur entre les mains ; aujourd'hui ils produisent des vidéos et se familiarisent rapidement avec la technologie de l'informatique.

En 1999, un jeune membre du *CMP* de la communauté Nicolás Ruiz filma une agression conduite par la police nationale au sein de la communauté, où plusieurs personnes furent blessées ; il interrogea les victimes et filma leurs blessures. Cette vidéo est présentement entre les mains d'un juge à Tuxtla Gutierrez, remettant en question la présence la police nationale dans cette communauté indigène.

En février 2001, la communauté d'Ejido Morelia organisa un atelier de vidéo en réponse aux sollicitudes de plusieurs communautés voisines. Ce fut un pas important vers l'autosuffisance, facteur clé dans le long terme. Des étudiants d'Ejido Morelia formèrent huit participants d'autres communautés aux techniques de base de la vidéo.

Beaucoup d'indigènes commencèrent à organiser un système autonome de gouvernance dans leurs communautés, comme moyen de combattre de nombreuses années de corruption, d'abus des droits de l'homme et de négligence de la part du gouvernement mexicain et de l'armée fédérale.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Depuis sa création, le *CMP* est une initiative binationale et multiculturelle. Les dirigeants indigènes définissent les nécessités ainsi que les objectifs et le rythme du projet. Les techniciens des États-Unis et du Mexique fournissent les équipements, qui deviennent propriété de la communauté, ainsi que la formation nécessaire. Le développement du projet dépend fortement de cette collaboration. Le conseil de direction comprend autant de membres des États-Unis que de membres du Mexique, et compte sur la participation de certains leaders indigènes du Chiapas dont les noms, pour des raisons de sécurité, n'apparaissent pas dans les documents publics. Leur participation est cependant considérée comme essentielle dans toutes les étapes du projet.

Presque tous les cours d'initiation à la vidéo et la moitié des cours de base en informatique sont donnés par de jeunes indigènes, dans leur langue maternelle. À mesure que les membres associés acquièrent de nouvelles compétences, ils deviennent des instructeurs, transférant leurs compétences au reste de la communauté. À la fin, aussi bien les membres « associés » que les « vidéastes » qui sont formés dans le projet, forment la génération suivante d'instructeurs pour que les communautés atteignent l'autosuffisance. À long terme, on aspire à construire un pont multiculturel de compréhension et de soutien mutuel.

Le *CMP* pourvoit aux coûts de transport, de matériel et de nourriture lors des ateliers. Graduellement, les instructeurs étrangers aux communautés assument un rôle de conseillers pour les nouvelles productions et d'instructeurs pour les cours avancés, toujours dans la perspective de stimulation de l'autosuffisance.

OBSTACLES

Beaucoup des étudiants qui font partie du *CMP* vivent dans des communautés qui se sont déclarées autonomes. Ces communautés ont établi leurs propres structures de gouvernement parallèles et autarciques. Une des fonctions importantes qu'elles remplissent consiste dans la conservation des archives. En 1998, les forces gouvernementales envahirent quatre fois ces communautés et détruisirent leurs archives. L'utilisation des ordinateurs permet désormais de sauver les informations importantes de la communauté pour que le résultat de nombreuses années de travail ne soit pas détruit en une seule nuit.

Tout le travail du *CMP* s'accomplit dans des conditions de difficulté extrême. La guerre de faible intensité a affecté sérieusement l'approvisionnement alimentaire (comme cela fut montré dans « Chiapas 1998 : La mala cosecha »). Les soins de santé sont utilisés comme une arme dans la confrontation, et beaucoup d'indigènes sont morts de maladies curables. Les postes de contrôle de l'armée se sont multipliés par trois jusqu'à la fin 2000, rendant les déplacements très difficiles.

Cependant, la présence de caméras vidéo offre une certaine protection. En 1999, l'armée tenta de rentrer dans plusieurs communautés, mais elle se retira rapidement quand les membres de cette communauté commencèrent à filmer les actions avec les caméras vidéo.

Malgré l'enthousiasme exceptionnel et la capacité d'apprendre, des problèmes techniques, logistiques et organisationnels se présentent parfois. Par exemple, quand un objet de l'équipement vidéo ou d'information ne fonctionne pas bien, il a tendance à être mis de côté en attendant le retour des « experts ».

RÉFÉRENCES

Informations fournies par Tom Hansen, Alexandra Halkin et Ana Hernández, du *Projet de moyens de communication du Chiapas (CMP).*

Adresse URL du projet : http://www.chiapasmediaproject.org/index.html

RADIO KIRITIMATI



Kiribati

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Kiritimati Radio
PAYS :	République de Kiribati
OBJECTIFS :	Éducation sur l'eau et les mesures sanitaires, information et divertissement
LIEU :	Île Christmas (Kiritimati)
BÉNÉFICIAIRES :	Environ 4 000 habitants de Kiritimati
PARTENAIRES :	Telecom Services Kiribati Limited (TSKL)
FINANCEMENTS :	Kiribati Water Supply & Sanitation Project (KWASP), Australian Agency for International Development (AusAID), Linnix (Gouvernement)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

Tout le monde voulait aider. La première tâche fut de tailler la broussaille, d'arracher des arbres et arbustes, de nettoyer et niveler le terrain pour la construction et pour l'érection du bâtiment et de sa tour de 30 mètres de hauteur sur laquelle nous allions installer l'antenne FM de transmission. À notre troisième jour sur l'île, nous étions déjà en train de creuser le sol de corail pour construire la dalle et la base de la tour et le quatrième jour nous coulâmes la dalle de ciment et les fondations de la tour.

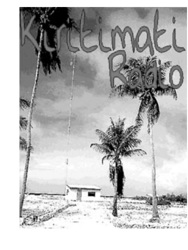
Notre tâche suivante consista à construire la charpente en bois ; deux jeunes qui apprenaient très vite et qui travaillaient assez rigoureusement nous aidèrent. Une fois que la charpente fut prête, nous retournâmes au chantier pour monter et ériger la tour. Cette tâche dura deux jours et, une fois de plus, tous ceux qui aidèrent le firent avec beaucoup d'enthousiasme. Nous installâmes la charpente, le toit de tôle métallique, le revêtement extérieur des murs, l'isolement acoustique et le revêtement interne. En travaillant 10 à 11 heures par jour, le chantier dura près de deux semaines. Le résultat fut très impressionnant.

Comme le site du chantier se trouvait à l'extérieur de London Town, ceux qui arrivaient au village pouvaient suivre l'avancement de la

construction. Les enfants sur le chemin de l'école montraient leur intérêt en saluant de loin. Les habitants locaux qui passaient en voiture klaxonnaient en guise de salut et parfois s'approchaient pour voir le travail de près. La station de radio flambant neuve était le thème à la mode dans le village.

À peine un mois après être arrivés dans l'île, nous lançâmes la radio ; c'était un vendredi. Nous décidâmes de faire quelques essais de réception le dimanche, en voyageant dans l'île pour mesurer la puissance de notre signal de radio FM. Pour ce faire, nous préparâmes une bande d'essai de 30 minutes que nous mîmes en boucle. De cette façon, notre premier programme (un mélange de musique locale et occidentale) se répéta pendant 36 heures sans interruption. Nous pensions qu'il était très ennuyeux d'écouter toujours la même chose, mais les auditeurs ne le pensèrent pas. L'un après l'autre, ils nous dirent à quel point ils avaient pris du plaisir à écouter Radio Kiritimati pendant le week end. « Cela ne vous gêne pas d'écouter la même chose toutes les demi-heures ? », leur demandait-on ; mais la réponse fut presque toujours : « On adore écouter notre propre station de radio ». — Écrit par Ron Ehrke, spécialiste de radio et consultant de *Radio Kiritimati*.

DESCRIPTION



Avant que *Radio Kiritimati* (93.5 FM) ne commence fin novembre 1998 ses transmissions — six heures par jour, sept jours par semaine — il n'existait aucune station de radio sur l'Île Christmas.

Immédiatement après que la station de radio fut construite et équipée suivit une période de sept jours de formation intense pour les quatre personnes choisies comme animateurs et présentateurs de programmes. Les participants apprirent le nécessaire pour faire fonctionner un studio de radio : enregistrement de voix, réalisation d'entretiens, production musicale utilisant des cassettes et des disques compacts, tout cela combiné avec des programmes composites, diffusés en direct grâce à la console de son. Le plus surprenant dans cette phase initiale du projet réside dans le fait que la majorité des participants n'avait jamais vu de studio de radio auparavant, mais qu'en à peine quelques jours, ils furent aptes à le faire fonctionner.

La programmation de *Radio Kiritimati*, qui est diffusée grâce à un émetteur de 500 watts, comprend de la musique, des annonces et des informations. À la tombée de la nuit, entre 19h30 et 20h30 sont diffusés des programmes à contenu social et éducatif : « Éducation » (les lundis), « Concours de radio ou entretiens » (les mardis), « Eau et mesures sanitaires » (les mercredis et samedis), « Santé » (les jeudis), « Magazine » (les vendredis), et un programme religieux (les dimanches). La plupart des programmes sont produits par des groupes et institutions qui soutiennent *Radio Kiritimati* et tentent de profiter de sa capacité de toucher les communautés.

- Chaque semaine, les groupes religieux participent aux diffusions en direct depuis les églises.
- L'unité de « vie sylvestre » du Ministère parraine un programme pour enfants du primaire, où sont promus des thèmes de l'environnement comme la conservation des oiseaux et des coraux.
- Le Projet d'eau et assainissement de Kiribati (*Kiribati Water Supply & Sanitation Project*, KWASP) produit des programmes hebdomadaires sur l'eau et les mesures sanitaires. La plupart des messages sont éducatifs mais certains se réfèrent aux avancées du projet. Occasionnellement, des consultants internationaux sont invités à s'exprimer sur ces thèmes en direct.
- La programmation inclut aussi la participation de groupes de la communauté, d'ensembles musicaux, par exemple, qui se rendent dans le studio pour enregistrer leurs chansons, qui seront diffusées en différé. La station possède un enregistreur de cassettes portable, qui peut être utilisé hors de la station pour l'enregistrement des entretiens et réunions.

Radio Kiritimati n'a pas de fonds provenant de sources locales, mais la station facture les entreprises commerciales et la communauté pour les annonces diffusées le matin, l'après-midi ou le soir.

Le financement pour la construction de la station, pour l'achat de l'équipement, pour la formation et pour l'assistance technique fut fourni par le KWASP. Cependant, considérant que le projet doit se terminer en 2002, une invitation a été adressée au gouvernement pour qu'il assume la responsabilité de *Radio Kiritimati*. En 2000, le gouvernement a couvert les coûts des salaires de deux animateurs et présentateurs.

Telecom Services Kiribati Limited (TSKL), une institution gouvernementale qui contrôle les systèmes de télécommunication dans l'île et accorde les licences de fonctionnement, soutint les efforts d'établissement de la station. Le personnel technique de TSKL participa en plus à certains cours de formation de base sur l'entretien des équipements radio, du fait que l'organisation a pris l'engagement de fournir un appui technique local au cas où se produiraient des pannes techniques.

ORIGINES ET CONTEXTE

Kiribati inclut trois groupes d'îles, Gilbert, Phoenix et Line, qui furent sous domination britannique jusqu'à la proclamation de la république en 1979. Les habitants sont gilbertiens d'origine micronésienne, et leur langue locale est connue sous le nom de gilbertien.

Dans le groupe des îles Line, l'île Christmas est la plus grande et la plus peuplée (4 000 habitants). Elle fut découverte par le Capitaine Cook la veille de noël 1777 qui lui donna ce nom. Cependant, le nom officiel de l'île est Kiritimati et toute la population locale se réfère à elle de cette façon. L'île est le plus grand atoll corallien du monde, et sa topographie est virtuellement plate. Les anglais maintinrent des bases militaires dans les années cinquante et soixante, tandis qu'ils l'utilisaient pour des tests nucléaires. Il reste encore des traces de la présence britannique sous la forme de déchets nucléaires et de pistes d'aviation abandonnées.

L'île Christmas est très éloignée du pays le plus proche équipé d'un service de radio. Hawaii dispose de plusieurs stations, en majorité pour la consommation locale, mais la distance de 3 000 kilomètres qui sépare les deux îles ne permet pas de capter facilement les signaux, sauf en cas de conditions atmosphériques exceptionnelles.

L'installation d'une station de radio à Kiritimati constituait seulement une petite partie du KWASP, financé par l'Agence australienne de coopération internationale (AusAID). L'idée d'ajouter une station FM de radio communautaire fut le fruit d'une initiative déclenchée par le directeur de projet de la compagnie de bâtiment embauchée par KWASP, l'organisation *Overseas Projects Corporation of Victoria* (OPVC). Une des conditions du projet établit la nécessité d'éduquer la population locale sur les thèmes de santé et d'hygiène tout au long des cinq ans que dure le projet. Dans la mesure où il n'y avait aucun moyen d'information dans l'île (ni journaux, ni radios), le directeur du projet suggéra d'installer une petite station qui serait le « véhicule » pour l'accomplissement des tâches éducatives du projet.

Ron Ehrke, consultant et spécialiste en radio, fut invité à concevoir le projet de la station : « Au fur et à mesure que je réalisais mes projets et plans, je les envoyais aux représentants locaux du gouvernement, pour leur information et commentaires, mais je ne reçus jamais aucune opinion ou suggestion d'eux pour faire des changements ou inclure quelque chose. »

IMPACT SOCIAL

Bien que ce ne soit pas une expérience très participative, la présence de la radio communautaire a eu un impact immédiat dans la population, surtout dans une île comme Kiritimati, où il n'existait aucun autre moyen d'information. Les petites stations comme *Radio Kiritimati* commencent généralement par diffuser de la musique la plus grande partie de la journée, ce qui a un impact sur l'identité culturelle et communautaire. L'étape suivante, encore associée à la programmation musicale, comprend des annonces et dédicaces qui contribuent à renforcer les réseaux sociaux locaux. Quand la station acquiert plus d'expérience, elle commence à produire localement des programmes sur la santé ou l'éducation qui contribuent à la diffusion d'informations importantes sur les problèmes qui affectent la communauté.

Pour la première fois à Kiritimati, la population a accès à des informations sur les soins de santé primaire, sur les résultats des analyses de l'eau des puits, ainsi qu'à des chansons sur des thèmes de l'environnement, de la culture de jardins potagers pour une alimentation équilibrée, des recettes de cuisine et des conseils de propreté. La radio est un outil pour l'éducation et la prise de conscience de la communauté de Kiritimati.

« La radio a donné une âme et instillé beaucoup de joie dans la vie de l'île », affirme un observateur qui a visité Kiritimati en diverses occasions.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Les animateurs de *Radio Kiritimati* parlent dans leur propre langue, le gilbertien. Un des aspects les plus intéressants est que tous les présentateurs sont des femmes. Trois femmes sont en charge de la station. Une d'elles, la plus âgée, avait une expérience antérieure en radio puisqu'elle avait travaillé à Tarawa avant de déménager sur l'île de Christmas.

Les représentants du gouvernement Linnix ont sélectionné ces femmes parmi un groupe de candidats, et elles durent toutes trois quitter leur emploi pour se consacrer exclusivement au travail à la radio, quoique au début, elles travaillassent comme volontaires, sans garantie de confirmation dans leurs postes une fois la période de formation terminée. Heureusement, les trois femmes se démarquèrent, et après à peine huit jours de formation intensive, elles furent en condition pour réaliser des programmes en direct. Au bout de quelques mois, le gouvernement Linnix décida de couvrir leurs frais de salaire.

Il n'y avait que quelques récepteurs radio dans toute l'île, en raison de l'inexistence d'une station avant l'installation de *Radio Kiritimati*. Pour faire face à ce problème, le projet acquit un lot de radios portables qui fonctionnent à l'énergie solaire ou avec un système de manivelle (sans batteries), qui ensuite furent vendues localement au prix unitaire de 26 dollars US.

OBSTACLES

Toutes les stations de radio, même celles de faible puissance, requièrent une licence des autorités locales pour pouvoir fonctionner. Cette procédure est normale dans n'importe quel pays qui a une expérience en radiodiffusion, mais pas à Kiribati. Plus encore, les autorités locales elles-mêmes décidèrent qu'une licence de fonctionnement n'était pas nécessaire. Toutefois, le lieu choisi initialement pour installer la station

se trouvait près du bâtiment de TSKL, qui possède des équipements satellites sensibles. Au moment où la construction de la station allait commencer, le directeur de TSKL affirma que la licence était une condition incontournable et que TSKL n'allait jamais autoriser la construction à cet endroit à cause des interférences possibles entre les équipements de la radio et TSKL. Finalement les deux parties s'accordèrent pour installer la radio dans un autre endroit, dans la banlieue de London Town, et tout fut prêt en à peine quatre semaines. Les problèmes furent réglés très rapidement : cela est un bon exemple de la manière dont les conflits sont réglés dans un endroit comme Kiritimati.

Il est improbable que *Radio Kiritimati* devienne dans un futur immédiat une expérience de communication avec une forte composante de participation communautaire dans les décisions sur les contenus, l'administration et la propriété du média. L'accès de la population à la station est garanti mais pas la participation dans la prise de décision.

Fin 1999, le Ministère de Line et du Groupe des îles Phoenix assuma la direction de la radio ; le budget du gouvernement couvre les contrats de deux animateurs tandis que les salaires d'un troisième animateur, d'un assistant comptable et d'un veilleur de nuit proviennent des revenus que génère *Radio Kiritimati*. La responsabilité sur le contenu et le format de la programmation est assumée par une animatrice de grande expérience, mais elle doit consulter le Ministère à chaque changement de programmation.

RÉFÉRENCES

Ce chapitre est intégralement basé sur des textes et informations fournis par courrier électronique par Ron Ehrke, spécialiste en radio et consultant de *Radio Kiritimati*.

Ehrke, Ron. « Radio comes to Christmas Island ». In *Pacific Magazine.* Mars / avril 1999, volume 24, no. 2 – 134.

RADIOS MAMPITA ET MAGNEVA



Madagascar

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Radios associatives Mampita et Magneva
PAYS :	Madagascar
OBJECTIFS :	Développement rural et organisation communautaire
LIEU :	Fianarantsoa et Morondava
BÉNÉFICIAIRES :	Population rurale
PARTENAIRES :	Agence de communication (AGECO), Communication pour le développement (CODE), Médiascope
FINANCEMENTS :	Développement et coopération (DDC)
MÉDIAS :	Radio

ANECDOTES

À 27 kilomètres au nord de Fianarantsoa, à Madagascar, le petit village d'Akondro dans la commune d'Ambalakely se trouve sur une colline dominant une vallée paradisiaque où scintille le vert brillant des rizières. Sur les flancs de la colline, les jeunes vignes commencent à montrer leur texture intriquée ; ces dernières années, la production de vin est devenue une importante alternative économique pour Madagascar. Sur chaque colline de la vallée, il y a des groupes de maisons à deux étages, avec leurs balcons et fenêtres de bois typiques peints d'un bleu intense. Les maisons sont solides, en adobes, aux murs larges et aux fenêtres étroites. On peut les voir de très loin : elles se dressent sur les collines avec dignité.

Il se peut que ces paysans soient pauvres, mais ils ne sont pas misérables. Leur vie passe tranquillement, en harmonie avec la nature, bien que de la nature, il n'en reste plus tellement à Madagascar après plusieurs décennies de coupe réglée des arbres qui auparavant couvraient la plupart du territoire. Ces paysans cultivent leur riz et le vendent, ils ont des troupeaux et quelques-uns commencent à cultiver de la vigne. Mais en plus, ils ont quelque chose qu'ils n'avaient pas deux ans auparavant : une voix.

L'association des paysans d'Ambalakely est une de celles qui s'affilièrent à *Radio Mampita*. Sa préoccupation pour l'éducation saute aux yeux : dans une pièce de deux mètres sur deux sont réunis une douzaine d'enfants ; assis par terre, ils écoutent et répètent ce qu'une jeune fille de 17 ou 18 ans leur apprend. En guise d'outils de travail, elle n'a rien de plus qu'un vieux tableau noir et un doux sourire sur le visage.

Pendant notre réunion, les dirigeants de l'association locale passent en revue les bénéfices de *Radio Mampita*. Tous aiment surtout le programme qui parle des lois régissant la propriété foncière ; grâce à lui, ils ont appris à défendre leurs droits et à résoudre des conflits pour la terre entre les communautés. Ensuite, par ordre de préférence, on trouve les programmes qui permettent aux gens d'envoyer des messages à leurs parents et amis éloignés. Après tout, *mampita* signifie « message » dans la langue locale. Les messages envoyés par la radio ont contribué à renforcer un réseau de contacts et d'échanges. Bénéfice immédiat : le vol de bétail a presque disparu depuis que la station permet de faire un suivi. Bénéfice à long terme : grâce aux nouvelles techniques de culture adaptées, la production agricole locale est désormais plus importante.

DESCRIPTION



Radio Mampita et *Radio Magneva* sont destinées à un public rural. Avec des émetteurs de 300 watts, *Radio Mampita* (94 FM et 102 FM) couvre 70 kilomètres de rayon dans les collines proches de Fianarantsoa, tandis que *Radio Magneva* (94 FM et 102 FM), couvre des communautés dans un rayon de 100 kilomètres autour de Morondava, sise au niveau de la mer sur la côte occidentale de Madagascar. *Mampita* signifie « message » et *magneva* est un terme lié à un lieu d'enterrement traditionnel très respecté par la population.

Radio Mampita est sortie à l'antenne le 8 juin 1998 et *Radio Magneva* le 20 mai de la même année. Toutes deux furent conçues en parallèle dès la création en 1995 du Programme d'appui à la communication (PACOM), une initiative de la Coopération suisse pour le développement rural. L'objectif du PACOM était de faire que les paysans soient plus réceptifs à l'importance de la communication dans le développement communautaire.

Depuis le début, les associations paysannes de base furent invitées à envoyer leurs représentants à une assemblée générale qui élit les membres du conseil d'administration des radios. Celui-ci embauche les directeurs et les techniciens des deux radios et se réunit régulièrement pour débattre de tous les problèmes liés au fonctionnement des radios. Près de 30 correspondants furent nommés dans les communautés et furent équipés d'un enregistreur à cassettes, de piles et de cassettes vierges. Les associations locales devaient couvrir le coût de leurs déplacements, bien qu'en réalité, il semble que cela ne se soit pas produit.

Étant donné que très peu de familles disposaient de récepteurs radio, *Radio Mampita* acheta et distribua à un coût raisonnable 500 radios FM. De plus, certaines associations reçurent comme donation des radios a manivelle (Free Play) fabriquées en Afrique du Sud, mais celles-ci n'étaient pas à la hauteur de leur réputation : les composants en plastique se cassent facilement et elles sont plus chères que les récepteurs conventionnels à pile. D'autre part, on ne les trouve pas sur le marché local et, malgré leur taille, elles ne comprennent pas de lecteur de cassettes.

Tant *Radio Mampita* que *Radio Magneva* s'autofinancent partiellement avec la publicité. Les agences de coopération internationale louent des espaces de programmation sur des thèmes de l'environnement ou de la santé. Les associations paysannes peuvent devenir membres avec un paiement de 50 000 francs malgaches ou 60 kilogrammes de riz par an. Individuellement, les paysans peuvent envoyer des messages d'une minute par la radio en payant 5 000 Fmg (environ 0,80 dollars US) ou la moitié s'ils sont membres.

Le Ministère de la communication et la culture a accordé les fréquences FM aux deux radios gratuitement, bien qu'il n'existe pas de législation sur les radios communautaires à Madagascar. De fait, les deux stations et une troisième qui va s'installer à Antananarivo, sont les premières de ce type dans le pays. Le statut légal des radios communautaires peut devenir un problème dans le futur quand la pression pour obtenir de nouvelles fréquences se fera plus forte.

Les deux stations émettent pendant une ou deux heures très tôt le matin, mais leur principale programmation commence à 17 heures et termine à 22 heures. À 18h45, toutes deux diffusent des informations nationales et internationales, en réseau avec la *Radio nationale de Madagascar*, la station nationale. Aucune des deux radios ne produit de journal d'information propre, bien que les informations locales soient incluses dans d'autres programmes.

La programmation commence normalement avec des annonces d'intérêt public et de la publicité. Ensuite, les principaux segments comprennent des contenus sur la santé, l'environnement, la sécurité alimentaire, l'art et la culture, les rapports hommes/femmes et la jeunesse. L'Agence de communication (AGECO) continue à produire un programme très apprécié sur la législation et la propriété foncière. Un segment est consacré aux « échanges entre paysans et techniciens sur les thèmes de l'agriculture ».

ORIGINES ET CONTEXTE

Chaque détail a été prévu depuis le début pour la réussite du processus de communication participative. La stratégie de Développement et coopération, l'agence suisse de coopération, comprend quatre étapes conçues selon un processus logique.

Dans une première étape (1995–97), le PACOM développa des activités communautaires, comprenant du théâtre populaire, des marionnettes, des chansons et des groupes d'écoute de cassettes ; cette dernière activité fut d'ailleurs à l'origine des deux radios. Le PACOM produisit des émissions sur la santé, l'agriculture et d'autres thèmes communautaires ; la distribution des cassettes fit grandir l'intérêt des paysans pour une radio communautaire. Près de Fianarantsoa, 162 associations paysannes payèrent leur cotisation pour bénéficier des cassettes audio.

La seconde étape consista en la création d'agences locales indépendantes, spécialisées dans la communication rurale, en appui aux activités de communication des programmes de la coopération suisse, mais avec l'indépendance nécessaire pour travailler avec d'autres agences et projets de la coopération internationale. L'AGECO à Fianarantsoa, Communication pour le développement (CODE) à Morondava, et Médiascope à Antananarivo, naquirent comme des sociétés de conseil privées, avec le personnel qui travaillait auparavant au PACOM.

Pendant la troisième étape furent créées les stations de radio, constitués les conseils d'administration élus par les associations paysannes et développés les stages de formation à la charge des agences de communication et des consultants indépendants, comme Bianca Miglioretto, qui fut embauchée par la coopération suisse. 320 associations participèrent à l'assemblée générale de création de *Radio Mampita*, parmi lesquelles 240 devinrent membres.

Dans la quatrième phase on devait transférer la propriété des stations de radio aux mains des associations paysannes, représentées au conseil d'administration grâce à un processus électoral démocratique. L'agence suisse de coopération avait prévu de retirer son appui vers la fin de l'année 2000.

IMPACT SOCIAL

Les programmes qui ont eu l'impact le plus grand sur la population rurale sont ceux qui traitent de thèmes d'agriculture, de législation et de titularisation de la terre, et de santé. Les paysans valorisent aussi l'efficacité des messages d'intérêt communautaire, dont l'impact fut très grand dans la diminution drastique des vols de bétail, un des principaux problèmes à Fianarantsoa : « Grâce à la radio, 95 % du bétail volé est récupéré ».

« La radio nous permet d'échanger des expériences entre nous, pour améliorer nos techniques », affirme un paysan d'Akondro. Une émission sur un bassin d'élevage de poissons eut tant de succès que diverses associations organisèrent un voyage pour visiter l'endroit et apprendre de cette expérience. « Grâce à l'introduction de nouvelles techniques agricoles, notre production s'est améliorée et a grandi ».

« Nous avons perdu la peur du micro », dit un autre. Les paysans se sont habitués à être interrogés par les correspondants et ont appris à utiliser la radio pour envoyer des messages aux parents et amis. « Même les leaders politiques ont peur de nous maintenant, parce que nous pouvons dire notre vérité grâce à la radio », signale un membre du conseil d'administration de *Radio Mampita*.

Un autre exemple : « Traditionnellement, quand quelqu'un décédait, seule la famille prenait en charge les frais d'enterrement, mais maintenant toute la communauté partage les frais. » Le sentiment d'appartenance à une communauté s'est développé, et il est désormais plus fort.

MÉDIAS ET MÉTHODES

L'aspect le plus intéressant dans la méthodologie de travail de *Radio Mampita* et de *Radio Magneva* est la construction d'une structure sociale qui garantisse la participation communautaire. Avec toutes les limites qui seront mentionnées ci-dessous, l'idée originale de choisir les membres du conseil d'administration dans une assemblée générale des associations paysannes est un modèle de communication participative.

Si l'activité des correspondants communautaires est organisée correctement, le processus participatif se verra renforcé, puisque les membres des communautés auront la possibilité de faire écouter leurs voix à la radio.

OBSTACLES

Vers la fin du premier semestre de l'an 2000, les deux stations faisaient face à de sérieux problèmes en raison de la courte période de temps prévue avant que *Radio Mampita* et *Radio Magneva* ne deviennent indépendantes et définitivement détachées de l'appui de la coopération suisse et même de l'assistance technique fournie par AGECO, CODE et Médiascope. L'objectif que le conseil d'administration, composé de représentants des associations paysannes, assume la responsabilité totale des radios, fut rendu impossible par une absence réelle de participation et de représentation démocratique.

Dans la zone d'influence des stations, à peine un tiers des associations paysannes a le statut de membre, et parmi celles qui ne sont pas membres, plusieurs ont exprimé leurs critiques sur le projet

« parachuté » sur les communautés. Même parmi les associations qui adhérèrent comme membres, très peu payent leur cotisation annuelle : à Morondava, seulement 12 sur un total de 147. La signification même d'« association » pourrait être la cause du problème : de petits groupes de vingt ou trente personnes se constituent en associations qui fréquemment, ne représentent rien d'autre qu'une famille. Pire encore, le conseil d'administration de *Radio Magneva* est composé d'une majorité de représentants urbains.

Sur un plan plus technique, aucune des deux stations n'a réussi à conquérir le cœur et l'esprit de son public potentiel. La programmation ne satisfait toujours pas les nécessités des communautés rurales. Les correspondants n'ont pas été suffisamment formés ou motivés pour remplir leurs importantes tâches dans les communautés rurales ; à Morondava, seuls 7 des 26 correspondants étaient actifs en mars 2000. Tout aussi important est le chiffre selon lequel très peu de familles possèdent un récepteur radio : seulement environ une famille sur vingt possède une radio. La radio n'est pas, comme en Amérique latine, un objet courant dans les familles rurales. Dans la zone d'Ambalakely, seulement 12 familles sur 201 possèdent un récepteur FM à transistors.

RÉFÉRENCES

L'information pour ce texte a été obtenue lors de visites sur le terrain à *Radio Magneva, Radio Mampita* et dans la communauté d'Akondro (au nord de Fianarantsoa), en mars 2000.

À Fianarantsoa, l'auteur a eu des réunions avec le conseil d'administration, le personnel technique et la directrice de *Radio Mampita*, Lucienne Voahiran, ainsi qu'avec des cadres de l'Agence de communication (AGECO). À Morondava, des réunions eurent lieu avec des techniciens, des journalistes et le directeur de *Radio Magneva*, Florentin Razanajatovo, ainsi que des membres de Communication pour le développement (CODE).

Des informations supplémentaires ont été obtenues lors de conversations à Antananarivo avec le gérant de Médiascope, Guy Andrianjanaka, la consultante suisse Bianca Miglioretto et le coordinateur de Développement et coopération (DDC), Pius Wennubst.

TÉLÉCENTRES DE GASALEKA & DE MAMELODI



Afrique du Sud

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Gasaleka Telecentre, Mamelodi Community Information Services (MACIS)
PAYS :	Afrique du Sud
OBJECTIFS :	Accès aux nouvelles technologies
LIEU :	Gasaleka et Mamelodi
BÉNÉFICIAIRES :	Population urbaine et rurale
PARTENAIRES :	South Africa National Civic Organization (SANCO), Ellisras Technical College, Centre international de recherche pour le développement (CIRD)
FINANCEMENTS :	Universal Service Agency (USA)
MÉDIAS :	Ordinateurs, Internet

ANECDOTES

Il n'y a pas de route pour aller à Gasaleka. Pour arriver là-bas, il faut rouler pendant deux heures lentement et précautionneusement sur un chemin plein de nids de poule boueux, empierré et ensablé, bordé de palmiers à perte de vue, avant d'arriver à la première hutte du village, tout près de la frontière avec le Botswana. Ce village isolé de huttes de boue séchée et de chemins de sable rouge, héberge le premier télécentre créé par Universal Service Agency (USA).

Malgré certains problèmes économiques et d'infrastructure, le Télécentre de Gasaleka *est l'un des plus actifs et des plus animés de l'Afrique du Sud. La raison de cette vitalité au milieu de l'adversité quotidienne se trouve dans la personne de Masilo Mokobane, le directeur, véritable promoteur des télécentres. Masilo est un visionnaire ; il a non seulement lutté dès le premier jour pour la survie du télécentre, mais il a aussi donné de nouvelles idées pour mieux servir la communauté grâce à l'utilisation des nouvelles technologies. Il se souvient encore du jour de l'inauguration du* Télécentre de Gasaleka *: « Ce fut un grand jour pour nous. Tout le monde est venu pour fêter ça. »*

Le succès immédiat du télécentre est dû en partie aux cours d'informatique proposés. D'autre part, c'est le seul endroit dans la zone où l'on peut passer un coup de fil. Cependant, selon Masilo, « les affaires ne marchent pas très bien en raison des problèmes que nous avons avec les téléphones ; parfois les lignes ne fonctionnent pas, et les clients disent que les appels sont très chers ». Pendant ma visite à Gasaleka, aucune des trois lignes de téléphone ne fonctionnait en raison des pluies diluviennes des jours précédents.

Masilo est optimiste quant à l'avenir du projet. Les pénuries n'entament pas son enthousiasme. Il déborde d'idées nouvelles, qu'il explique avec un large sourire. Un de ses projets les plus novateurs est la publication d'un bulletin communautaire. Les villages de la communauté de Gasaleka ne font l'objet d'aucune couverture médiatique. « Il se passe beaucoup de choses chaque jour à Gasaleka, mais la communauté ne le sait pas, faute de reportages », affirme Masilo. Le télécentre ne sera pas seulement un centre de référence qui offre un accès aux technologies de la communication et de l'information, mais il assumera une nouvelle fonction dans la production et la diffusion d'informations locales. « Le télécentre peut devenir la mémoire, l'histoire de cette communauté », explique Masilo. — Écrit par Raúl Román, qui, en 1999, visita Gasaleka et sept autres télécentres d'Afrique du Sud.

DESCRIPTION



Gasaleka, Botlokwa, Tembisa, Mankweng, Mohodi, Apel, Siyabonga et Mamelodi … sont quelques-uns des endroits, villages ou quartiers suburbains, dans la Province de Gauteng et dans la Province du Nord où Universal Service Agency (USA), une institution du gouvernement sud-africain, a installé des télécentres.

Le *Service d'information communautaire de Mamelodi* (*Mamelodi Community Information Services*, MACIS, communément appelé Télécentre de Mamelodi) et le *Télécentre de Gasaleka* sont deux bons exemples des avantages et des inconvénients à vouloir disposer d'un « accès universel » aux technologies de l'information dans des pays comme l'Afrique du Sud. Gasaleka est une communauté rurale isolée qui comprend 34 villages avec une population totale d'environ 30 000 habitants tandis que Mamelodi est une zone urbaine ; le télécentre est situé depuis 1998 dans le Forum patrimonial de Mamelodi, près d'une station de métro, d'un centre commercial, d'une station de taxi, des services sociaux et de l'hôtel de ville de Pretoria.

Le *Télécentre de Gasaleka* fut le premier ouvert en mars 1998 par Universal Service Agency ; il appartient à la section locale de l'Organisation nationale civique d'Afrique du Sud (*South Africa National Civic Organisation*, SANCO). Le MACIS fut « adopté » en avril 1998 par le programme « Acacia » du Centre international de recherches pour le développement (CIRD), par USA, mais en réalité, il avait été mis en place dès juillet 1995 par le Conseil de recherches scientifiques et industrielles (*Council for Scientific and Industrial Research*, CSIR).

Les deux télécentres sont équipés de la même façon : neuf ordinateurs, des lignes téléphoniques, un service de courrier électronique et d'accès à Internet, des photocopieuses, des scanners, des imprimantes et des télécopieurs. Tous deux proposent des cours d'informatique, qui sont un des facteurs de leur succès et de leur acceptation. À la fin de la formation, les étudiants de Gasaleka reçoivent un certificat du Collège technique Ellisras. Malheureusement, moins d'un étudiant sur dix trouve un travail après avoir achevé le cours d'informatique. C'est l'une des raisons pour lesquelles le nombre d'étudiants a diminué considérablement en 2000.

Le *Télécentre de Mamelodi* est surtout un centre de référence. « Nous ne voulons pas inventer à nouveau ce qui existe déjà dans la communauté. Quand cela est nécessaire, nous renvoyons les gens vers d'autres ressources extra-communautaires ; beaucoup de gens viennent ici seulement pour demander une adresse », explique le directeur Esme Modisane. La mission du MACIS est de fournir des informations aux membres de la communauté pour les aider à résoudre leurs problèmes quotidiens et à améliorer leur qualité de vie.

« Les gens ne sont pas au courant de ce qui se passe au télécentre », affirme Masilo Mokobane, le directeur de Gasaleka, qui a embauché sept promoteurs pour informer la communauté sur les services que propose le télécentre. C'est une manière volontariste de faire du marketing. Mokobane est aussi conscient de l'importance d'évaluer les besoins de la communauté. « Il est très important de consulter la communauté quand on propose un service nouveau ou qu'on ouvre un télécentre ; on ne peut rien faire si on ne dialogue pas avec la communauté. Les consultations doivent être régulières, de sorte que la communauté sache ce qui se passe dans le télécentre et connaisse les services proposés ».

En raison de l'isolement de la zone et de la fragilité de la structure de communication, aucun service d'information ne couvre les nouvelles des villages qui font partie de la communauté de Gasaleka. C'est pourquoi, un des projets du télécentre prévoit la publication d'un bulletin de nouvelles de la communauté, qui de plus servirait à garantir la pérennité du centre et à renforcer ses fonctions comme centre d'information. En plus d'offrir l'accès aux nouvelles technologies de l'informations et de communication, il assumerait un rôle supplémentaire dans la production et la diffusion de l'information locale.

ORIGINES ET CONTEXTE

Aujourd'hui encore, bien que les réformes de 1994 aient entraîné une métamorphose sociale significative, l'Afrique du Sud est caractérisée par un déséquilibre alarmant dans la répartition de ressources disponibles dans les différents secteurs de la société. Les statistiques de 1996 montrent que 89 % des familles Blanches disposent d'une ligne téléphonique, contre seulement 11 % des familles Noires. Tandis que la technologie la plus avancée est disponible dans les zones urbaines Blanches, la zone rurale, majoritairement Noire, a un accès limité à des services précaires et presque inexistants.

Certains projets nouveaux tentent d'introduire les technologies de l'information dans l'éducation et le développement de l'Afrique du Sud. L'Initiative d'apprentissage amélioré avec la technologie (*Technology Enhanced Learning Initiative*, TELI), est un plan gouvernemental qui se « concentre sur la mise en œuvre de projets clé prônant l'utilisation des technologies dans l'éducation et la formation ». SchoolNet est une ONG nationale créée en 1997, qui met les écoles en réseau, et forme des professeurs et des élèves à la technologie de l'internet.

Liens mondiaux pour le développement (*World Links for Development*, WorLD) est un programme de la Banque mondiale qui « mobilise équipements, formation, ressources éducatives et liens entre écoles pour que les étudiants dans les pays en voie de développement puissent accéder à la communauté mondiale ».

Telkom a mis en place des « Centres d'excellence », dans les universités sud-africaines. Cyberhost offre un accès public à Internet et prévoit d'installer mille kiosques Internet à pièces dans les lieux publics. Le Département sud-africain des communications a lancé pour sa part divers projets, comme les Terminaux publics d'internet (*Public Internet Terminals*, PIT).

Un autre programme important est réalisé par Universal Service Agency, qui a installé quelques vingt télécentres dans la Province de Gauteng et dans la Province du Nord. Cette agence fut créée en 1997 par le gouvernement et sa responsabilité consiste à garantir l'accès universel à tous les services de télécommunication.

IMPACT SOCIAL

Il est trop tôt pour mesurer les changements sociaux qui se sont produits depuis l'insertion des nouvelles technologies de télécommunication dans les aires urbaines et rurales d'Afrique du Sud. Les télécentres de Universal Service Agency ont moins de deux ans de fonctionnement et leur impact est lié au potentiel d'accès plutôt qu'aux changements intervenus dans la communauté.

Même si presque tous les télécentres mis en place récemment sont plus au service des secteurs les plus avantagés de chaque communauté, certains d'entre eux sont l'expression de paradigmes significatifs d'un certain intérêt à promouvoir la vision de la participation et de l'appropriation communautaire. Ces télécentres cherchent à créer, à traiter et à diffuser des informations utiles pour le développement communautaire : celui de Mamelodi, avec son projet de bureau d'information et la publication d'un répertoire communautaire ; et celui de Gasaleka, principalement par son intention de développer un bulletin d'informations communautaires. Le Répertoire des services, actualisé tous les ans, est un produit important du *Télécentre de Mamelodi ;* ses 22 pages contiennent des informations utiles sur la communauté.

Le *Télécentre de Gasaleka* a mis en place de bons réseaux communautaires ; toutes les organisations de la zone soutiennent et travaillent avec le télécentre. Selon un des membres du conseil de direction : « Le télécentre est très connu même si nous devons impliquer encore plus les autorités tribales. Cependant, nous n'avons eu de problème avec aucune organisation ». L'objectif de mise en réseau contribue également à minimiser l'insécurité et le sentiment d'inaccessibilité qui entourent le terme « information », et facilite l'introduction des nouvelles technologies dans des communautés marginalisées.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Le *Télécentre de Mamelodi* a tenté d'impliquer la communauté dès le début. « Nous écoutons la communauté pour savoir ce qu'elle veut », insiste Esme Modisane, le directeur du projet. « Nous sommes profondément impliqués dans la communauté, nous comprenons sa dynamique et ses problèmes ; nous sommes formés pour le travail et pour l'animation communautaire et disposons de bons réseaux communautaires ». Pourtant, l'exclusion sociale reste un problème : « Il est vrai que les personnes analphabètes n'utilisent pas le centre ». Les gens qui sont dans le commerce se rendent au télécentre pour communiquer par courrier électronique avec leurs clients ; les ordinateurs sont utilisés aussi pour imprimer des documents et pour réaliser des travaux de comptabilité.

Le directeur du projet MACIS fut initialement formé par le CSIR à la gestion de l'information et de la communication, aux techniques d'entretien, à l'utilisation des ordinateurs, à Internet, au développement et à la maintenance d'une banque de données, à l'analyse des besoins et à leur interprétation, et la gestion des kiosques d'information numérique. La formation devrait être une composante essentielle dans tous les autres télécentres, ce qui n'est pas toujours le cas.

OBSTACLES

Bien qu'ils disposent d'équipements adéquats et de personnel formé, presque tous les télécentres mis en place par Universal Service Agency sont utilisés surtout à des fins élémentaires d'accès aux téléphones, au fax et aux ordinateurs, ainsi qu'à d'autres services, comme la transcription de documents. Ils pourraient être considérés plus comme des kiosques de communication que comme des télécentres communautaires multifonctionnels. Le directeur du *Télécentre de Gasaleka* avoue que dans le télécentre, « personne n'utilise le courrier électronique ». « Le premier obstacle qui empêche la réalisation des objectifs du télécentre reste la crainte de la technologie, particulièrement parmi les adultes, en conséquence de quoi nous devons faire un gros travail d'orientation. Nous devons leur faire comprendre qu'eux aussi peuvent utiliser les ordinateurs. Le second obstacle consiste dans le taux de chômage élevé dans la communauté, et les gens ne peuvent pas se permettre d'utiliser nos services », explique Modisane, directeur du *Télécentre de Mamelodi*.

Un autre défi est la pérennité. Esme Modisane ajoute : « En règle générale, les télécentres ne sont pas autosuffisants ». La principale source de revenus provient des appels téléphoniques, envois de fax, photocopies, et services de transcription. Les revenus couvrent les coûts d'entretien du centre mais ne suffisent pas à payer les salaires du directeur et des assistants.

Avant d'établir les télécentres, Universal Service Agency ne réalisa aucune étude préalable. Il n'y eut pas d'étape de planification, ni de recherche de base, ni même une explication ou une discussion claire des objectifs du projet. En général, aucune information adaptée aux besoins de la communauté ne peut être élaborée. Makoro, le directeur d'un télécentre de Universal Service Agency dans le village de Siyabongam, près de Johannesburg, résume métaphoriquement l'essence du problème : « Universal Service Agency m'a donné une voiture, mais pas le permis de conduire. Pourquoi voudrais-je d'une voiture si je ne sais pas conduire ? »

Enfin, les services d'électricité et de téléphone sont très précaires, raison pour laquelle aucun des télécentres dans les zones rurales isolées n'a accès à Internet.

RÉFÉRENCES

Les informations de ce chapitre s'appuient sur : Roman, Raul. *Towards a Training Framework for Telecenter Management. A case study in South Africa*. Cornell University, août 2000 ; et des échanges par courrier électronique avec l'auteur.

VIDÉO ET RÊVES COMMUNAUTAIRES



Égypte

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Video and the Community Dreams Project
PAYS :	Égypte
OBJECTIFS :	Santé reproductive, renforcement de la femme
LIEU :	Beni Rani, El Tayeba, Itsa El'Bellit et Zenhom
BÉNÉFICIAIRES :	Femmes
PARTENAIRES :	Communications for Change (C4C)
FINANCEMENTS :	Centre For Development and Population Activities (CEDPA), Coptic Evangelic Organisation for Social Services (CEOSS), United States Agency for International Development (USAID)
MÉDIAS :	Vidéo

ANECDOTES

En seulement trois ans, Neama Mohamed, une mère de famille, est devenue une promotrice de santé, défenseur des droits de la femme, et leader de sa communauté. Son activisme a aidé à changer les attitudes de ses voisins par rapport à l'analphabétisme, à l'éducation des filles, à l'assainissement de l'environnement et à la mutilation génitale féminine (MGF) qui est une pratique courante dans sa communauté en Égypte. Auparavant, Neama aurait hésité à faire face à ces problèmes, mais après avoir appris les techniques de communication et l'utilisation de la vidéo participative, sa confiance en elle comme porte-parole a grandi rapidement.

Neama vit à Tellal Zenhom, un quartier pauvre de la section sud-est du Caire et travaille à l'Organisation copte évangélique de service social (CEOSS), une ONG pour le développement qui travaille là depuis plus de sept ans. Neama s'est familiarisée avec l'institution quand elle était encore jeune mère ; puis CEOSS l'a embauchée pour qu'elle travaille comme professeur de nutrition avec un groupe de femmes. Par la suite,

elle accepta de diriger les cours de Nouveaux Horizons, qui promeuvent le renforcement des femmes adolescentes par la formation en éducation et santé.

Les cours de Nouveaux Horizons couvrent une large gamme d'informations sur la santé reproductive, des notions de base de biologie reproductive, sur les maladies sexuellement transmissibles, de l'allaitement maternel jusqu'aux pratiques nuisibles traditionnelles de la mutilation génital féminine et de la preuve de virginité. Comme ce sont des thèmes très sensibles, la communauté fut informée du contenu de la formation et des sujets qu'elle couvrirait.

Pendant les 18 mois qui suivirent la formation de Neama en vidéo, le degré de participation dans le projet de Zenhom resta élevé. Les participantes se sentaient de plus en plus sûres d'elles dans l'utilisation de leur capacité technique pour aborder des thèmes sensibles et pour soumettre leurs travaux à la discussion. Les femmes de l'équipe vidéo acquirent une notoriété dans leurs communautés, comme porte-parole et leaders. La population, les dirigeants et les fonctionnaires locaux exprimèrent leur appui au travail des femmes, parfois même en suggérant des idées pour de nouvelles productions vidéo. Les documentaires sont utilisés pour provoquer des discussions et promouvoir la recherche de solutions propres aux problèmes. — Extraits de l'article « Renforcer les voix des femmes », par Sara Stuart de C4C.

DESCRIPTION



Communication for Change (C4C), auparavant connu sous le nom de *Martha Stuart Communications,* est une organisation pionnière de la vidéo participative. Pendant les vingt dernières années, elle a développé des stages de formation dans des pays comme l'Inde, le Bangladesh, l'Indonésie, la Chine et le Nigeria. En 1997, elle fut sélectionnée pour mettre en œuvre un programme de vidéo communautaire et participative en Égypte.

Le projet, dont l'objectif est de renforcer le statut de la femme, fut parrainé par le Centre pour le développement et les activités démographiques (*Centre For Development and Population Activities*, CEDPA), financé par l'USAID, en collaboration avec l'Organisation évangélique copte de service social (*Coptic Evangelic Organisation for Social Services*, CEOSS). La formation fut à la charge C4C.

En mars 1998, C4C forma cinq travailleurs du CEOSS et 17 femmes des trois villages de la région de Minya (Itsa El'Bellit, El Tayeba et Beni Rani), et d'un quartier marginal du Caire (Zenhom). De même que dans les autres villages, les quatre femmes leaders de *Nouveaux Horizons* à Tellal Zenhom apprirent à utiliser une caméra vidéo simple, pour filmer les problèmes de leur communauté. La formation avait pour but de renforcer la voix des femmes au niveau local et d'élargir l'influence de *Nouveaux Horizons*, un programme d'éducation informelle conçu pour diffuser l'information sur la santé reproductive et des connaissances de base.

Chacun des groupes formés fit une évaluation des problèmes locaux et utilisa la vidéo comme un instrument pour révéler et discuter des problèmes qui parfois sont si incrustés dans la culture qu'ils ne sont pas sérieusement remis en question, excepté quand les femmes y réfléchissent collectivement. Le programme de formation aborda une large gamme des thèmes, y compris les obstacles économiques du mariage, l'excision des jeunes filles et les problèmes environnementaux.

La mise en œuvre se fit dans six villages de Minya et dans deux zones péri-urbaines du Caire. L'expérience de Tellal Zenhom a été identifiée comme l'un des meilleurs exemples. Dans le cadre du projet fut réalisé « Une femme de Zenhom », un documentaire vidéo qui aborde l'importance de l'accès de la femme à l'éducation et aux opportunités de travail. « La vidéo a encouragé des familles à permettre que leurs filles terminent leur éducation avant de se marier », affirme Marwa Abdel-Khaleq, une animatrice de 18 ans du CEOSS.

Dans le même quartier de Tellal Zenhom, les femmes fraîchement formées abordèrent le problème de la mutilation génitale à travers des entretiens avec un leader religieux, un médecin et deux jeunes filles, une d'elles ayant subi l'excision.

Le problème des obstacles économiques du mariage fut le thème d'une production vidéo réalisée à El Tayeba, où les coutumes dictent que tant le fiancé que la fiancée doivent contribuer avec des sommes d'argent, des bijoux en or et de la nourriture avant que le couple puisse se marier. Le groupe de vidéo planifia la production de « Je veux me marier ». Selon la tradition, la famille de la fiancée est obligée de préparer toute la nourriture pour le mariage ; dans certains cas, la famille se voit dans l'obligation de vendre ses terrains et de s'endetter pour ne pas être déshonorée. « Ma fille s'est mariée il y a deux ans et nous n'avons toujours pas pu couvrir les frais du mariage », commente Umm Maged.

À Itsa, le groupe de vidéo aborda des problèmes d'importance nationale. La première vidéo traite du thème de l'environnement. Le canal qui traverse le village, initialement construit pour capturer l'excès d'eau d'irrigation des plantations et les canaliser vers le Nil, finit par se remplir d'ordures et d'eaux usées provenant d'une usine de sucre. Une copie de la vidéo fut envoyée au Ministre de l'environnement ; les habitants d'Itsa espérent ainsi obtenir un décret gouvernemental qui ordonne le remplissage définitif du canal.

ORIGINES ET CONTEXTE

Le projet *Vidéo et rêves communautaires* a son origine dans la réunion mondiale des femmes à Pékin, en 1995, quand les membres de C4C exposèrent leur expérience avec SEWA (Inde) devant diverses organisations non-gouvernementales d'Égypte et le directeur national de CEDPA. Un an plus tard, CEDPA rendit possible le voyage d'un groupe d'Égyptiens au Bangladesh et en Inde, où il prit connaissance du travail de Vidéo SEWA. Ce n'est qu'en 1997 que C4C et CEOSS réussirent à convaincre les dirigeants des agences de coopération pour le développement et les jeunes femmes que la vidéo participative pouvait être un instrument utile dans leur travail.

IMPACT SOCIAL

C4C a une réputation établie comme organisation pionnière de la vidéo participative et a montré les possibilités de renforcer le leadership communautaire à travers le développement des capacités de communication dans le domaine communautaire.

Le projet n'a pas seulement affecté les vies dans les communautés, mais aussi les femmes de l'équipe de production vidéo. « Notre confiance en nous-mêmes a grandi. Nous ne sommes plus intimidées quand nous devons parler à toute la communauté », affirme Neama Mohamed, animatrice communautaire de 31 ans et membre du groupe vidéo. Neama est consciente que les femmes vidéastes sont perçues comme des modèles sociaux dans leur communauté ; elles ont acquis une grande visibilité comme promotrices et comme leaders.

Les vidéos produites ont eu un impact sur les gens. Le tabou de l'excision des femmes fut inévitablement disséqué par l'objectif de la caméra de vidéo. Le thème, cependant, est abordé avec beaucoup de délicatesse, dans des entretiens avec un Cheikh, un médecin et deux enfants. Après avoir vu la vidéo, la mère de Rania, la plus jeune de quatre sœurs qui avaient été excisées, décida de ne pas la soumettre à une excision. Tant la mère que les sœurs étaient convaincues que cette pratique était nuisible.

Une autre femme, Mahmoud, eut aussi l'opportunité de mettre ses idées en pratique. Quand le mari insista pour que sa fille de dix ans, Shaimaa, soit excisée comme ses cousines, Mahmoud refusa : « La personne qui doit prendre cette décision est la mère. Si la mère est convaincue que l'excision est mauvaise, elle doit être capable d'influencer son mari. »

Le groupe de vidéo considère que sa plus grande réussite a été de pouvoir promouvoir le débat sur l'excision des filles. Il est significatif que le groupe ait soulevé le thème seulement après avoir affiné ses compétences dans l'utilisation de la vidéo et avoir obtenu l'approbation générale de la communauté. Dans le groupe de vidéo, il y eut un consensus pour inclure la perspective d'un leader spirituel, ainsi que celle d'un médecin pour que les points de vue religieux et scientifiques se complètent contre cette pratique traditionnelle.

Les productions de vidéo furent montrées dans les églises, dans les espaces ouverts en face des mosquées ou dans les plus grandes maisons des villages. La vidéo semble avoir joué un rôle dans la cristallisation du débat autour des thèmes culturels extrêmement délicats.

« Cette expérience montre le potentiel de la communication quand il n'y a pas d'intervention de forces extérieures, mais quand elle est conçue et produite par des individus déterminés à montrer leur réalité et à générer des changements. L'auto-représentation est très liée à l'autodétermination. Quand les individus et les communautés prennent des décisions sur leur futur, ils acquièrent une plus grande capacité à obtenir la justice économique et sociale ; ils développent la force nécessaire pour exiger que leurs gouvernements soient plus perceptifs et responsables dans la conception de politiques et dans leurs décisions », affirme Sara Stuart de C4C.

MÉDIAS ET MÉTHODES

Au début, les femmes du groupe de vidéo avaient peur qu'on les voie caméra en main dans les rues de leur communauté. Bien que la communauté fût d'accord pour appuyer l'activité du groupe et bien que les femmes participantes fussent désireuses d'apprendre, l'appui de leur père, époux, fiancé et beaux-père dut être renouvelé en diverses occasions. À mesure que les femmes se sentirent plus sûres dans le maniement de la caméra vidéo, elles sortirent des bureaux du CEOSS et de leurs maisons pour filmer ce qui se passait dans les rues. À chaque étape, elles perdirent un peu plus de leur peur et la capacité du groupe grandit.

Après seulement dix jours, elles montrèrent déjà leurs premières réalisations au reste de la communauté. Ces vidéos traitaient, par exemple, de l'importance de l'alphabétisation, de l'alimentation équilibrée ou présentaient une institutrice de la communauté qui réalisait une tâche exemplaire avec des enfants handicapés. Les projections permettaient aux membres du groupe d'animer et de diriger les discussions sur les thèmes des vidéos.

Le groupe de vidéo de Zenhom réalisa plus de dix productions. Immédiatement après la formation, les femmes préparèrent une vidéo sur les problèmes des ordures et des conditions sanitaires à Tellal Zenhom. Le groupe commença avec quatre femmes qui acquirent les notions de base de la vidéo, puis intégra trois femmes de plus à mesure que les unes formaient les autres.

Les vidéos sont projetées, par exemple, dans les cliniques de la maternité de Zenhom ; pendant que les femmes attendent leur tour, elles ont la possibilité de discuter des thèmes avec des membres du groupe de vidéo. Les vidéos sont montrées aussi pendant les cours mensuels que propose le CEOSS.

OBSTACLES

La réaction initiale des communautés sélectionnées dans le projet de vidéo fut de le rejeter. « Est-ce qu'ils veulent montrer les problèmes de notre société et exploiter notre misère pour obtenir des financements internationaux ? », demanda quelqu'un. Les animateurs durent expliquer que les productions vidéo seraient réalisées exclusivement par la communauté et pour la communauté et ne seraient pas montrées dans d'autres endroits.

Quelques obstacles paraissaient infranchissables : une fillette de douze ans exprima son vif désir d'apparaître dans la vidéo pour parler de sa propre expérience avec l'excision mais sa mère ne le lui permit pas. Le groupe de vidéo persista dans sa recherche de témoignages pour inclure finalement dans la vidéo des entretiens avec une jeune fille qui se souvient de son excision et une autre qui raconte comment elle réussit à convaincre sa mère de ne pas la soumettre à cette tradition.

Iman Ibrahim, un animateur du CEOSS, rappelle qu'à Itsa, « le premier problème surgit avec le mot vidéo. Les villageois ne voulaient pas que leurs femmes apparaissent à l'écran ; ils nous lançaient des pierres quand nous passions dans la rue ». Cependant, grâce au fait que la communauté avait des expériences antérieures avec des projets du CEOSS, et au fait que beaucoup des animateurs étaient membres de la communauté, le projet fut peu à peu accepté.

RÉFÉRENCES

Le texte de ce chapitre s'appuie principalement sur des articles de Sara Stuart et des échanges par courrier électronique avec *Communication for Change* (C4C), New York.

Stuart, Sara. « Strengthening the voices of women ». In *Rhodes Journalism Review*. Afrique du Sud : 1999.

El-Noshokaty, Amira. « Life under the lens ». In *Al-Ahram Weekly*. Issue No. 457, décembre 1999.

RÉSEAU DE RADIOS LOCALES



Indonésie

FICHE TECHNIQUE

NOM :	Local Radio Network — Capacity Building of Local Radio
PAYS :	Indonésie
OBJECTIFS :	Démocratie, élections, droits de l'homme
LIEU :	Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Bali, Java
BÉNÉFICIAIRES :	Population rurale
PARTENAIRES :	25 radios locales, Indonesia Corruption Watch (ICW)
FINANCEMENTS :	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), Danish International Development Agency (DANIDA)
MÉDIAS :	Radio, Internet, courrier électronique

ANECDOTES

C'était un matin comme les autres, le 14 août 1999, lorsque deux visiteurs qui n'avaient pas été invités arrivèrent à Radio Nikoya, juchés sur une Vespa. Sans mentionner leur nom ou montrer leur identité, ils annoncèrent qu'ils venaient du bureau de police du district et demandèrent tous les bulletins d'information diffusés par la station. Ils insistèrent particulièrement pour obtenir des copies d'un bulletin sur le débat « Politique de la violence », parrainé par les étudiants de l'université Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, avec la participation du chef de police du district d'Aceh et du commandant du district militaire d'Aceh.

Au début nous ne voulûmes pas leur remettre une copie, bien qu'ils assurèrent qu'ils voulaient seulement l'écouter. Puis nous dûmes céder, nous souvenant que des mois plus tôt, deux camions militaires pleins de soldats armés s'étaient installés en face de la station pour nous surveiller 24 heures sur 24. Nous dûmes « refroidir » le ton et suspendre les bulletins d'information. Les gens vinrent à la station et appelèrent pour demander pourquoi

nous avions suspendu les informations. Nous n'avions pas réalisé que nous avions un tel appui dans la population jusqu'à ce qu'ils arrivent nombreux pour discuter de la situation et de leurs expectations d'entendre la voix qui représente réellement les intérêts d'Aceh. Ils nous dirent qu'ils appréciaient les émissions de la radio sur les ONG et les étudiants, et aussi notre couverture des deux extrêmes en conflit : les militaires indonésiens et le Mouvement de libération d'Aceh.

Nous vivons une situation délicate et dangereuse parce que, constamment, l'un des groupes en conflit est en désaccord avec nos informations. Certains tentent de tirer avantage de cette situation : il y a quelques temps, des visiteurs affirmèrent être membres du Mouvement de libération d'Aceh et nous demandèrent cinq millions de roupies pour appuyer leur cause. C'était une somme très importante pour nous, car nous n'avons pas de revenus publicitaires. En plus, c'était une situation intimidante parce que nous ne pouvions pas leur donner l'argent.

D'autre part, il y a l'armée indonésienne, armée et constamment sur le qui-vive. En attendant, nous essayons de rester calmes au milieu de ces pressions, et nous continuons de servir le public, en lui laissant déterminer ce qu'il veut à l'avenir. Ce que nous savons, c'est que ces millions de gens innocents qui ne font pas partie des organisations et institutions n'ont qu'une attente : la paix et la sécurité. — RÉCIT D'ADE GRANDE, CONSULTANTE DE L'UNESCO SUR LE PROJET RENFORCEMENT INSTITUTIONNEL DES *RADIOS LOCALES*.

DESCRIPTION



Le projet de l'UNESCO *Renforcement institutionnel des radios locales*, financé par le gouvernement danois, a commencé en 1999 pour consolider la capacité informative d'une vingtaine de radios locales provinciales d'Indonésie, par la fourniture d'équipements et la formation aux techniques de reportage.

Dans la première phase du projet, l'Institut des études pour la libre circulation de l'information (*Institute of Studies for Free Flow of Information*, ISAI), élabora un rapport sur les stations locales dans les zones choisies au préalable. La sélection finale se fit avec l'aide de l'UNESCO. 25 stations de radio furent intégrées au réseau, et toutes bénéficièrent des mêmes possibilités de formation, ainsi que de subventions et d'équipements nouveaux.

Dans les lointaines îles Moluques, les stations *Istana Bahana Swara* et *Gema Hikmah* furent sélectionnées. Dans le Sulawesi sud : *Suara Mesra*, *Suara Daya Indah*, *SP FM*, et *Suara Sawerigading*. Au nord de l'Indonésie, à Aceh : *Nikoya*, *Gipsi* et *Adyemaja*. Au Kalimantan occidental : *Swara Dermaga Ria*. À Bali : *Guntur* et *Balisa*. À Yogyakarta : *Persatuan*. À Java est : *Bass*, *Citrawanodya* et *Andalus*. À Java centre : *Rona Puspita*, *Pragola* et *Ria Female*.

Les stations indépendantes et engagées furent choisies soigneusement selon certains critères :

- Pas d'intérêts sectaires.
- Une large représentation et pénétration dans les provinces.
- Être disposées et engagées à catalyser la démocratie et la gouvernance dans les provinces.

La formation est centrale dans la stratégie du réseau. Des journalistes de toutes les radios locales ont été formés à la production de programmes qui promeuvent le processus démocratique par des approches participatives. Face à l'approche des élections générales en 1999, un séminaire spécifiquement sur les « Médias locaux et les élections démocratiques » fut organisé à Djakarta.

En plus des stages et séminaires, le projet élabora un manuel en langue bahasa indonesia, intitulé « Guide pour la couverture d'élections », préparé à l'origine par la Fédération internationale des journalistes.

Chaque station reçut un appui en équipement, consistant en trois enregistreurs portables, deux consoles d'édition de quatre pistes, un studio portable qui comprend quatre micros, et deux ordinateurs (dont un multimédia). Ces équipements permettent que les petites radios locales puissent faire face à toute contingence pendant les enregistrements dans les zones rurales ou la réalisation de complexes diffusions en direct.

L'ordinateur multimédia est fondamental pour faciliter le travail des stations du réseau ; il peut être utilisé pour la collecte des informations sur Internet et pour les communications par voie de courrier électronique. Il a de plus la capacité d'éditer du son numérique et de produire de brefs jingles, annonces et musique. Une subvention de 2 000 dollars US permet à chaque station d'engager deux producteurs supplémentaires et de couvrir les coûts de la connexion à Internet à travers les fournisseurs d'accès locaux.

La création d'un réseau entre les stations par Internet est l'un des aspects les plus novateurs du projet. Le lien entre les radios dispersées sur le territoire de l'Indonésie est un outil puissant pour faciliter l'accès aux enregistrements sur la démocratie et dans l'aide mutuelle au développement de la capacité à produire des informations locales.

ORIGINES ET CONTEXTE

Étant données les particularités géographiques de l'Indonésie, la radio est le seul média qui peut atteindre les régions reculées du pays. Plus encore, les Indonésiens ont une tradition orale profondément enracinée et les niveaux d'analphabétisme sont encore élevés, en particulier dans les zones rurales. La radio représente le seul moyen de communication accessible et la seule source d'information pour

la majeure partie de la population. Environ 769 radios commerciales privées sont dispersées dans l'archipel indonésien. Toutefois, pendant les 32 ans du régime de Suharto, les radios n'étaient pas autorisées à diffuser des nouvelles locales. En revanche, elles avaient l'obligation de diffuser les bulletins d'information envoyés par le système officiel de radiodiffusion (RRI).

En majorité, les radios rurales dans le pays sont de petites structures qui disposent d'équipements modestes et généralement obsolètes. La technologie informatique n'était pas utilisée auparavant, sauf dans certaines radios, à des fins administratives. Les animateurs n'étaient pas des journalistes qualifiés, et n'avaient pas la responsabilité de produire des informations locales. Le manque de ressources humaines continue d'être un sérieux problème.

IMPACT SOCIAL

Les stations de radio qui, pendant des années, n'avaient rien fait d'autre que de diffuser de la musique et des programmes de divertissement, sont soudain devenues des outils éducatifs, capables de produire leurs propres informations sur des thèmes nationaux. Cela eut un impact énorme lors des élections de 1999. Pour la première fois, les auditeurs se virent offrir une programmation qui prônait la participation démocratique, pour la première fois des petites radios locales firent face à la censure et au contrôle militaire.

Le *Réseau de radios locales* propose à la population indonésienne de nouvelles possibilités d'être informées jour après jour sur les événements nationaux. L'échange de nouvelles entre les stations du réseau est une des activités les plus dynamiques ; chaque station envoie ses informations locales et les autres stations peuvent choisir librement les informations qu'elles veulent diffuser. L'idée de ces échanges est née des stations elles-mêmes, lors d'un des séminaires du projet.

La connexion à Internet a permis aux radios d'accéder facilement à une grande diversité de sources d'informations. Il n'est pas rare qu'elles soient désormais capables de diffuser certaines informations avant même d'autres stations. Des changements notables se sont produits dans la programmation ; le pourcentage de temps d'antenne dévolu aux programmes d'information, nouvelles et interviews a augmenté constamment.

L'existence de radios dans des zones éloignées permet aux communautés isolées de canaliser l'information sur les événements locaux et de communiquer entre elles, comme si la radio se substituait au bureau des postes. *Radio Dermaga*, par exemple, est la seule à Sanggau (Kalimantan occidental) et couvre une aire de 50 kilomètres ; les gens l'utilisent pour convoquer des réunions, envoyer des invitations de mariage, annoncer des événements culturels et proposer du travail. *Radio Citrawanodya* (Java est), une station AM qui couvre 70 kilomètres carrés, a joué un rôle fondamental en dénonçant la corruption lors des élections du chef de la communauté. Les trois stations d'Aceh (*Radio Gipsi*, *Radio Nikoya* et *Radio Adyemaja*) s'efforcent de diffuser des informations fraîches sur les événements politiques généralement ignorés ou censurés par la chaîne nationale officielle.

Au début de l'année 2000, le *Réseau de radios locales* a lancé une campagne nationale contre la corruption. Chaque station a produit et diffusé ses propres émissions. L'UNESCO n'a pas joué de rôle prépondérant dans cette activité, en dehors de fournir de brefs jingles et quelques idées ; chaque radio locale a dirigé sa campagne indépendamment et avec ses propres ressources.

MÉDIAS ET MÉTHODES

L'objectif du projet *Renforcement institutionnel des radios locales* est de développer les capacités humaines et techniques d'un groupe de stations de radio dans les zones rurales de l'Indonésie, pour leur permettre de contribuer efficacement au processus national de développement, de gouvernance et de démocratie.

Du point de vue méthodologique, la formation est un des aspects clé dans l'appui que l'UNESCO donne aux 25 radios locales qui font partie du réseau. Une évaluation initiale révéla que les stations manquaient de personnel avec des antécédents journalistiques. C'est pourquoi les stages successifs qui furent organisés entre 1998 et 1999 à Banda Aceh, Ujung, Pandang et Malang, avaient comme objectif de fournir des compétences de base en journalisme, programmation et contenus, dans la perspective du processus démocratique entamé pendant ce temps-là par l'Indonésie.

L'autre aspect important est la convergence des radios qui, auparavant, fonctionnaient individuellement, en un réseau basé sur Internet. Le contact quotidien par courrier électronique et les échanges quotidiens d'informations entre les 25 stations consolidèrent le sentiment d'un réseau en quête d'objectifs communs, qui lutte pour prendre le leadership et devenir un exemple de média démocratique, dans un pays trop habitué à des pratiques verticales et autoritaires de communication.

OBSTACLES

Les lois de radiodiffusion en Indonésie restreignent encore l'existence des radios communautaires. Toute station doit prouver légalement son caractère privé et son statut commercial. Les changements politiques en Indonésie après la chute de Suharto ont eu un impact sur la libéralisation des médias, mais malgré ce processus de démocratisation, la censure menace encore certaines radios locales, surtout dans les provinces d'Indonésie qui ont vécu des épisodes d'agitation sociale.

À Aceh, par exemple, fin 1999, la police a fait pression sur *Radio Nikoya* pour qu'elle lui remette des copies des bulletins d'information avant de les diffuser.

Sur le plan technique, la qualité de la connexion par téléphone est très précaire ; il faut parfois plusieurs heures pour réussir à se connecter, connexion qui peut couper à n'importe quel moment. Quand le service s'interrompt, les stations restent dans l'impossibilité d'envoyer ou de recevoir des nouvelles par Internet. Dans certains cas, les fournisseurs d'accès coupent délibérément l'accès à Internet pour des raisons politiques, comme cela se produisit à Aceh dans des moments d'agitation politique.

Un défi important, qui doit être sérieusement évalué, est lié à la pérennité du réseau. L'utilisation d'Internet offre d'énormes possibilités mais son coût est encore élevé. La précarité des lignes téléphoniques oblige à passer plus de temps en connexion, ce qui augmente les coûts. Certaines stations envisagent la possibilité de diversifier leurs revenus à travers d'autres activités, comme la conception de publications ou la publicité.

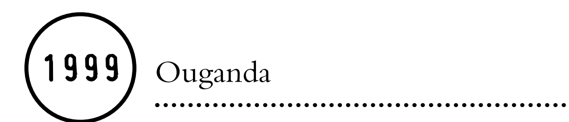
RÉFÉRENCES

La plupart des informations pour ce texte ont été obtenues par des conversations à Kuala Lumpur et des échanges par courrier électronique avec Ade Grande, consultante de l'UNESCO dans le projet *Renforcement institutionnel des radios locales*.

« Democracy on Air: Building expertise of local radio ». In *UNESCO Jakarta Office News*. No. 2/1999.

Page d'information sur le Web: http://www.unesco.or.id/localrad/frontpage.htm

TÉLÉCENTRE DE NAKASEKE



FICHE TECHNIQUE

NOM : Nakaseke Multi-Purpose Community Telecentre and Library Pilot Project

PAYS : Ouganda

OBJECTIFS : Communication et information

LIEU : Nakaseke

BÉNÉFICIAIRES : Population rurale de Nakaseke et Kasangombe

PARTENAIRES : Ouganda Telecom Ltd, The Public Libraries Board

FINANCEMENTS : Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), Danish International Development Agency (DANIDA), Centre international de recherche pour le développement (CIRD), Union internationale des télécommunications (UIT), British Council

MÉDIAS : Internet, ordinateurs, courrier électronique

ANECDOTES

Après avoir parcouru 60 kilomètres depuis Kampala, les 16 derniers sur un chemin poussiéreux, il est très réconfortant d'entrer dans la salle fraîche et large de la bibliothèque du Télécentre de Nakaseke *(Nakaseke Multi-Purpose Community Telecentre and Library).*

Un enfant du primaire fait un exercice d'anglais, équipé d'un énorme dictionnaire ; un étudiant du secondaire prépare une thèse sur l'agriculture et parcourt un livre sur l'agriculture durable dans les tropiques ; un jeune lit les journaux de la veille… Il y a quelques mois de cela, il n'y avait même pas de journaux à Nakaseke.

Dans un coin de la bibliothèque, deux jeunes femmes, assistantes bibliothécaires, se penchent sur un ordinateur ; elles gèrent plus de trois mille

livres de la bibliothèque, dont les services sont utilisés en moyenne par 45 personnes chaque jour.

Il y a d'autres ordinateurs disponibles pour les utilisateurs du centre. Entassés dans une petite pièce avec trois ordinateurs, je découvre trois jeunes concentrés sur la pratique d'Excel ; ce sont des volontaires de la communauté locale, disposés à enseigner à d'autres ce qu'eux-mêmes ont appris dans la formation gratuite sur le maniement des ordinateurs.

Une partie de la formation porte sur l'utilisation d'Internet, du courrier électronique et des recherches sur le Web. Il y a quelque chose d'un peu « artificiel » dans cette formation, puisque le centre ne dispose pas encore d'une connexion à Internet. La ligne téléphonique qui est aussi utilisée pour le fax, n'est pas de bonne qualité et ne facilite pas la transmission des données.

Tandis que je discute avec ces ambitieux jeunes gens à propos de la formation, une coupure d'électricité se produit qui laisse les écrans des ordinateurs « noirs » ; la batterie de secours n'a pas été encore installée. Ainsi, ma visite à Nakaseke témoigne de la nécessité d'adapter les infrastructures électriques et le réseau de télécommunication, avant d'équiper les communautés rurales en ordinateurs.

En marchant vers la sortie de la bibliothèque, j'observe que les étudiants continuent de travailler, les livres continuant de leur fournir des informations, avec ou sans électricité. — Récit d'une visite de Mona Dahms au *Télécentre de Nakaseke*, en juillet 1999.

DESCRIPTION

La vie a changé à Nakaseke, à 64 kilomètres de Kampala, la capitale de l'Ouganda, et à 16 kilomètres du village le plus proche, Wobulenzi. Un télécentre moderne et une bibliothèque, dotée de livres en anglais et en luganda, la langue locale, rendent service aux gens de la communauté et aussi à 24 écoles primaires de la zone, quatre écoles secondaires, une école normale pour enseignants du primaire, et l'hôpital avoisinant.

Le *Télécentre de Nakaseke* est un projet qui aspire à introduire de nouvelles technologies et services d'information dans les zones rurales de Nakaseke et Kasangombe, dans le district de Luweero, en Ouganda. Le projet veut montrer que l'accès à l'information et à la communication peut catalyser le processus de développement et entraîner une amélioration de la qualité de vie des communautés rurales. Le *Télécentre de Nakaseke* est l'un des cinq projets de ce type, initiés au Bénin, au Mali, au Mozambique, en Ouganda et en Tanzanie, avec l'appui de l'UNESCO, du CIRD et de l'Union internationales des télécommunications (UIT).

Parmi les services proposés par ce télécentre « à buts multiples » on trouve des ordinateurs et leurs applications, des séances de formation, Internet (au fonctionnement très précaire), les photocopies (le service le plus demandé), le téléphone, le fax, la bibliothèque, les projections vidéo, les journaux, les enregistrements sonores et les lieux d'écoute communautaires. Le centre est équipé de huit ordinateurs, de deux lignes téléphoniques, d'un fax et d'une photocopieuse. Pour installer la ligne téléphonique, il fallut faire un branchement à 16 kilomètres de là. Le local du *Télécentre de Nakaseke* fut offert par la communauté et rénové. La fourniture d'électricité n'est pas un problème, si ce n'est les coupures fréquentes, qui ont motivé l'installation d'un inverseur électrique connecté à des batteries en série pour fournir une réserve d'urgence. L'alternative d'un générateur électrique fut écartée en raison du coût élevé de l'essence.

Pour garantir un appui au groupe principal de formateurs, on demanda à la communauté locale de désigner 24 personnes pour participer au programme. On utilisa un mélange de luganda et d'anglais comme langue d'enseignement. Le groupe des formateurs était constitué de jeunes de l'entreprise d'accès Internet Uganda Connectivity.

Le télécentre vise à servir l'ensemble des habitants de Nakaseke et Kasangombe, plus particulièrement certains groupes : femmes, jeunes, enfants, agents de santé, enseignants, étudiants, agriculteurs et leaders locaux. De cette façon, la programmation et le contenu du télécentre sont conçus en priorité pour satisfaire les nécessités et aspirations des groupes mentionnés.

Les enseignants et les étudiants furent les premiers utilisateurs du télécentre. Ils requéraient les services de photocopie et un bon centre de documentation. Ce fut ensuite le tour du personnel de santé qui se rendait à la bibliothèque ; des commerçants qui souhaitaient communiquer avec leurs homologues de la capitale ; des groupes de femmes qui avaient besoin des vidéos pour améliorer leur travail ; des membres de la communauté, des anciens et des leaders d'opinion intéressés par la lecture des journaux.

En tenant en compte des demandes spécifiques des utilisateurs, d'autres services furent introduits : projection de films les vendredis après-midi, jeux de société en soirée, cours pour adultes et groupes d'écoute.

De plus, avec l'appui de l'UNESCO, un programme pilote de télé-médecine fut conçu, dans le cadre du projet TeleInViVo de l'Union Européenne, qui comprend une station mobile de télé-consultation, capable de traiter une large gamme d'applications radiologiques. Les dossiers des patients, collectés par le personnel de santé avec l'aide de la station de télé-consultation, peuvent être envoyés sous forme compressée à un spécialiste dans le principal hôpital de Kampala, pour qu'il les analyse et puisse faire des diagnostics à distance.

ORIGINES ET CONTEXTE

Nakaseke se trouve à environ 60 kilomètres de Kampala et à 16 kilomètres de Luweero. La zone compte 31 000 habitants (chiffre de 1991), bien que seulement 3 000 personnes vivent dans le village de Nakaseke. La plupart appartiennent à la tribu baganda, qui est la plus importante dans la partie centrale de l'Ouganda. La culture orale est prédominante ; la majorité des habitants de la zone rurale, à l'exception de ceux qui vivent dans le village de Nakaseke, ne savent ni lire ni écrire. Jusqu'à l'ouverture du *Télécentre de Nakaseke*, aucun journal n'arrivait à cet endroit, et pour en obtenir un, il fallait se rendre au village le plus proche, à 16 kilomètres de là, par un mauvais chemin de terre.

Les cultures de café et de banane, l'élevage de bétail, l'horticulture et la pêche à petite échelle dans les marais constituent les principales activités économiques, et Kampala offre le plus grand marché pour les produits locaux. Près de 90 % des paysans utilisent des méthodes et des techniques de culture traditionnelles.

Il y a 24 écoles primaires et quatre écoles secondaires dans la zone, soit 2 935 garçons et 3 329 filles, répartis en 79 classes (chiffres de 1999). Dans le village de Nakaseke, le taux d'analphabétisme est plus bas : 59,2 % de la communauté de Nakaseke sait lire et écrire, principalement en langage luganda. Le village compte une école normale (Institut universitaire de formation des maîtres, NDT) pour les enseignants du primaire. Les écoles de la zone ne sont pas bien équipées et manquent de bibliothèques.

Dans le secteur de la santé, Nakaseke dispose de sept unités, dont un hôpital de 100 lits, cinq médecins, six assistants médicaux, 23 sages-femmes, et 33 infirmières. L'hôpital est en communication avec les autres centres de santé par radio. Une source protégée et un réseau de 18 puits garantissent l'approvisionnement en eau propre.

IMPACT SOCIAL

Selon les gestionnaires du projet, le *Télécentre de Nakaseke* a revitalisé la vie dans cette région de l'Ouganda.

L'ensemble de la communauté (42 villages, quelques 3 000 familles) a compris peu à peu l'importance de l'information comme en témoigne le nombre toujours plus grand de personnes qui viennent au centre pour faire des consultations sur un grand nombre de thèmes. Les paysans demandent quels sont les prix des produits sur le marché et les tendances en termes de cultures. Les journaux qui arrivent au télécentre permettent désormais de tenir la communauté informée des derniers événements dans le pays.

Pour les initiateurs du projet, l'objectif évident de celui-ci n'est pas tant de tester l'efficacité d'une nouvelle technologie que celle d'un nouveau service à la communauté.

Les ordinateurs ne sont plus à Nakaseke des machines étranges et mystérieuses. Le télécentre a, dans une certaine mesure, démystifié l'informatique grâce aux programmes de formation et d'orientation. Plus de soixante membres de la communauté ont reçu un entraînement à l'utilisation des services de communication, de sorte que le noyau de personnes formées dans la communauté continue de grandir.

Une série de leçons apprises et documentées servira de paramètre pour le développement d'autres télécentres dans le futur. Des systèmes d'administration ont été identifiés et mis en place dans la perspective de pérenniser le télécentre. On a réussi à prouver l'utilité des technologies de l'information et de la communication (TICs) pour le développement rural. Plusieurs institutions de développement se sont rendues au *Télécentre de Nakaseke* dans la perspective de créer des centres similaires dans d'autres régions.

MÉDIAS ET MÉTHODES

La communauté a participé à la planification et à l'exécution des activités du télécentre. Un comité local de direction composé de représentants des principaux groupes d'intérêt a été choisi par la communauté pour superviser les activités quotidiennes du télécentre, servir de lien avec le conseil d'administration et mobiliser la communauté.

Le *Télécentre de Nakaseke* est guidé par un conseil d'administration (CA) présidé par la Commission nationale de l'UNESCO, avec la participation de l'entreprise Uganda Telecom Limited et le Conseil des bibliothèques publiques. Le CA est responsable des politiques générales, ainsi que de la planification, de l'embauche du personnel et du lien avec les organisations internationales qui appuient le télécentre.

Avec l'objectif de garantir une meilleure compréhension des objectifs et le fonctionnement du télécentre, des brochures et affiches furent imprimées et distribuées, traduites en luganda. Des systèmes traditionnels de communication furent utilisés au cours du processus de consultation et d'orientation. Dans le but de garantir que les leaders d'opinion de la communauté transmettent une information correcte, un « Guide pour la communauté » avec des illustrations et toute l'information pertinente fut élaboré.

Pour promouvoir l'initiative, Radio Nakaseke, grâce à la simple combinaison d'un amplificateur avec des haut-parleurs fixés en haut d'un arbre, diffusa régulièrement des annonces sur la création du télécentre.

OBSTACLES

Le principal problème technique est la connexion téléphonique déficiente. Les câbles téléphoniques s'arrêtaient à 16 kilomètres du site du télécentre. Bien que le projet ait prévu d'installer un système de télécommunication spécifique, celui-ci ne fut pas réalisé dans l'immédiat et, à la place, on décida de faire courir un câble sur les 16 kilomètres. La ligne est d'une qualité très moyenne, ce qui rend difficile la transmission d'informations numériques, bien qu'elle serve pour les communications vocales. Le projet a prévu dans une étape future l'installation d'un système spécial de télécommunications.

Les services qui sont les moins utilisés au télécentre sont le courrier électronique et Internet. En plus des problèmes techniques, le service d'Internet n'attire pas les gens parce qu'il n'est d'aucune utilité dans leur vie quotidienne ; la nécessité est grande de développer des sites aux contenus pertinents pour les Ougandais. Les télécentres ne devraient pas être uniquement des lieux où l'on peut passer des appels téléphoniques et faire des photocopies, comme c'est le cas à Nakaseke. Il est indispensable de concevoir des stratégies pour attirer les utilisateurs vers d'autres services, grâce à une combinaison de supports d'information disponibles sur papier et en version électronique.

Selon Mona Dahms, la photocopieuse et le téléphone sont les seuls services que la population « cible » du *Télécentre de Nakaseke*, à savoir, pour la majeure partie, la population rurale, sait utiliser. « Une réflexion sur qui sont réellement les bénéficiaires actuels du télécentre est plus que justifiée et nécessaire », ajoute-t-elle.

RÉFÉRENCES

Mayanja, Meddie [chef de projet]. *Tracing how far we have come.* Commission nationale de l'UNESCO en Ouganda.

Le site Web du *Télécentre de Nakaseke :* http://www.nakaseke.or.ug/index.html

Autres pages sur le *Télécentre de Nakaseke* et les TICs en Ouganda : le Projet Acacia (http://www.acacia.or.ug/html/report.html) et l'article *Lemonade Report* de Richard Fuchs sur http://www.futureworks.ca/futureworks/reports/lemon.htm

Dahms, Mona. « For educated people only… Reflections on a visit to two Multipurpose Community Telecentres in Uganda ». In *Telecentre Evaluation*. CIRD, 1999.

GLOSSAIRE

ABVP Associaçao Brasileira de Video Popular

ACPO Acción Cultural Popular, Colombie

ADEFOR Asociación y Desarrollo Forestal, Pérou

AGECO Agence de communication, Madagascar

AHI Action Health Incorporated, Nigeria

AKTC Aga Khan Trust for Culture

ALAI Agencia Latinoamericana de Información

ALER Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas

ALRED Radios Comunitarias de América Latina en Red

AMARC Association mondiale de radiodiffuseurs communautaires

AMSCLAE Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno, Guatemala

ANAP Asociación Nacional de Agricultores Pequeños, Cuba

ANC African National Congress, Afrique du Sud

APC Association for Progressive Communications

APDESI Asociación para el Desarrollo Integral, Guatemala

ARPAS Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador

ASEP Asociación Salud por el Pueblo, Guatemala

AusAID Australian Agency for International Development, Australie

BAD/ADB Banque africaine de développement (African Development Bank)

BBC British Broadcasting Corporation, Grande-Bretagne

BID/IADB Banque interaméricaine de développement (Inter-American Development Bank)

BOND British Overseas NGOs for Development, Grande-Bretagne

BRAC Comité pour le développement rurale du Bangladesh (Bangladesh Rural Advancement Committee), Bangladesh

C4C Communication for Change, États-Unis

CAF/SCO Communication Assistance Foundation, Pays-Bas

CAFOD Catholic Agency for Overseas Development

CARIMAC Caribbean Institute of Media and Communication

CASET Cassette Education Trust, Afrique du Sud

CAT Community Audio Tower, Philippines

CCC Comunidades Cristianas Campesinas, Pérou

CCFD Comité catholique contre la faim et pour le développement, France

CDC	Centre for Development Communication, États-Unis
CDF	Conservation Development Fund, États-Unis
CDTV	Centro de Diagnóstico y Terapia para Varones, Bolivie
CEA	Commission économique pour l'Afrique
CECC	Centro de Estudios para la Comunicación Comunitaria, Cuba
CECI	Centre canadien d'étude et de coopération internationale, Canada
CECIP	Centre de Imagem de Criaçào Popular, Brésil
CEDEP	Centro de Educación Popular, Équateur
CEDPA	Centre For Development and Population Activities, États-Unis
CEMCOS	Centro y Medios de Comunicación Social, Mexique
CENCIRA	Centro Nacional de Capacitación e Investigación de la Reforma Agraria, Pérou
CEOSS	Coptic Evangelic Organisation for Social Services, Égypte
CEPAC	Centro de Promoción Agropecuaria Campesina, Bolivie
CESPA	Centre de services de production audiovisuelle, Mali
CESPAC	Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación, Pérou
CIDA	Canadian International Development Agency
CIDER	Centros de Información para el Desarrollo Rural, Pérou
CIDUR	Centros de Información para el Desarrollo Urbano-Rural, Pérou
CIERRO	Centre interafricain d'études en radio rurale de Ouagadougou, Burkina Faso
CIMCA	Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa, Bolivie
CIMDUR	Centros de Información Móvil para el Desarrollo Urbano-Rural, Pérou
CINEP	Centro de Investigación y Educación Popular, Colombie
CIRD	Centre international de recherche pour le développement, Canada
CLAI	Consejo Latino Americano de Iglesias
CMC	Community Media Council, Philippines
CMCM	Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas, Guatemala
CME	Conseil mondiale des églises
CMP	Chiapas Media Project, Mexique / États-Unis
CNA	Comisión Nacional del Agua, Mexique
CNN	Cable News Network, États-Unis
CNR	Coordinadora Nacional de Radio, Pérou
COB	Central Obrera Boliviana
CODE	Communication pour le développement, Madagascar
COMNESA	Community Media Network of East and Southern Africa, Afrique du Sud
COMPA	Comunidad de Productores de Arte, Bolivie

CORAPE	Coordinadora de Radios Populares del Ecuador
CSIR	Council for Scientific and Industrial Research, Afrique du Sud
DANIDA	Danish International Development Agency, Danemark
DDC	Développement et coopération, Suisse
DFID	Department for International Development, Grande-Bretagne
DHS	Demography and Health Survey, États-Unis
DIU	Dispositif intra-utérin
DSC	Development Support Communication
DV	Digital Video
DW	Deutsche Welle, Allemagne
ECHO	European Community Humanitarian Organization
ELCI	Environmental Liaison Center International
ENA	EcoNews Africa, Kenya
ENDA	Environnement et développement Tiers-monde
FAN	Forest Action Network
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FAS	Foetal Alcohol Syndrome
FES	Friedrich-Ebert-Stiftung, Allemagne
FGER	Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, Guatemala
FGM	Female Genital Mutilation
FLACSO	Facultad Latino Americana de Ciencias Sociales
FMI	Fonds monétaire international
FNUAP	Fonds des Nations Unies pour la population
FSC	Forest Stewardship Council
FSP	Foundation for the South Pacific
FSTMB	Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia
FTPP	Forests, Trees and People Programme
GTC	Grameen Telecom, Bangladesh
GTZ	Agence allemande pour la coopération technique (Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit), Allemagne
HCR	Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés
HCSP	Historic Cities Support Programme
HIVOS	Humanistic Institute for Co-operation with Developing Countries, Pays-Bas
IAMCR	International Association for Media and Communication Research
IBA	Independent Broadcasting Authority, Afrique du Sud
IBASE	Brazilian Institute of Social and Economic Análisis, Brésil
ICRT	Instituto Cubano de Radio y Televisión, Cuba
ICT	Information and communication technologies
ICW	Indonesia Corruption Watch
IEC	Information, éducation et communication
IIRR	International Institute for Rural Reconstruction

ILCE	Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, Mexique
IMTA	Instituto Mexicano de Tecnología del Agua, Mexique
INE	Instituto Nacional de Estadística, Bolivie
INI	Instituto Nacional Indigenista, Mexique
IRDT	Integrated Rural Development Trust
ISAI	Institute of Studies for Free Flow of Information
ITDG	Intermedia Technology Development Group
IUCN	World Conservation Union
JHU	Johns Hopkins University, États-Unis
JHU/CCP	John Hopkins University Center for Communication Programs, États-Unis
JRS	Jesuit Refugee Service
KCOMNET	Kenya Community Media Network, Kenya
KCRIP	Kothmale Community Radio Internet Project, Sri Lanka
KCTU	Korean Confederation of Trade Unions, Corée
KWASP	Kiribati Water and Sanitation Project, Kiribati
LGA	Local Government Administration, Nigeria
LNP	Labor News Production, Corée
MACIS	Mamelodi Community Information Services, Afrique du Sud
MAF	Mission Aviation Fellowship
MAGA	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Guatemala
MAMWA	Malawi Media Women Association
MCRS	Moutse Community Radio Station, Afrique du Sud
MISA	Media Institute of Southern Africa
MPTC	Multipurpose Telecentres
MSSRF	M.S. Swaminathan Research Foundation, Inde
MST	Maladies sexuellement transmissibles
NCCD	NGO Co-ordinating Committees for Development
NEFEJ	Nepal Forum of Environmental Journalists
NET	Network of Educational Theatre, Nigeria
NIZA	Nederlandse Institute voor Zuidelijke Afrika, Pays-Bas
NOVIB	Netherlands Organisation for International Development Cooperation, Pays-Bas
NPA	Norwegian Peoples Aid, Norvège
NPPHCN	National Progressive Primary Health Care Network's, Afrique du Sud
NZODA	New Zealand Overseas Development Agency, Nouvelle Zélande
OCB	Organisation communautaire de base
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OIT	Organisation international du travail
ÖKO Himal	Society for Ecological Cooperation Alps-Himalayas
OMC	Organisation mondiale du commerce
OMS	Organisation mondiale de la santé
ONG	Organisation non gouvernementale
OPCV	Overseas Projects Corporation of Victoria, Australie
OPS	Organización Panamericana de la Salud
ORTS	Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal, Sénégal
PACOM	Programme d'appui à la communication, Madagascar
PAM	Programme alimentaire mondial
PCI	Project Concern International, États-Unis
PIAC	Project for Information Access and Connectivity
PIDC	Programme international pour le développement de la communication
PIT	Public Internet Terminals
PNUCID	Programme des Nations Unies pour le contrôle international des drogues
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
PNUE	Programme des Nations Unies pour l'environnement
PRA	Participatory Rural Appraisal
PROCOSI	Programa de Coordinación en Salud Integral, Bolivie
PRODERITH	Programa de Desarrollo Rural Integrado del Trópico Húmedo, Mexique
PRODESA	Proyecto de Desarrollo Santiago, Guatemala
PSI	Population Services International, États-Unis
RCP	Red Científica Peruana, Pérou
RDS	Red de Desarrollo Sostenible
REDESO	Relief To Development Society, Tanzanie
RFI	Radio France International, France
RIPS	Proyecto de Apoyo Rural Integrado (Rural Integrated Project Support), Tanzanie
RWM	Rural Women's Movement, Afrique du Sud
SABC	South Africa Broadcast Corporation, Afrique du Sud
SACRED	Social Animation Centre for Rural Empowerment and Development
SANCO	South Africa National Civic Organization, Afrique du Sud
SARH	Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Mexique
SENATI	Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial, Pérou
SER	Servicio de Escuelas Radiofónicas, Mexique
SEWA	Self-Employed Women's Association, Inde
SIDA	Swedish International Development Agency, Suède
SIDA	Syndrome d'immunodéficience acquise
SIRPI	Social Initiatives For Rural Peoples Integration
SKN	Stichting Kinderpostzegels Nederland, Pays-Bas

SLBC	Sri Lanka Broadcasting Corporation, Sri Lanka
SNEHA	Society for Natal Effects on Health in Adult Life, Inde
SNV	Netherlands Development Organisation, Pays-Bas
SSNC	Swedish Society for Nature Conservation, Suède
SVYM	Swami Vivekananda Youth Movement, Inde
SWESTIC	Saraswathi Womens Educational Service Training Improvement Centre, Inde
TELI	Technology Enhanced Learning Initiative
TNSACS	Tamil Nadu State AIDS Control Society, Inde
TRC	Tanzania Red Cross, Tanzania
TRC	Truth and Reconciliation Commission, Afrique du Sud
TRCS	Tracing and Family Reunification, Tanzanie
TSKL	Telecom Services Kiribati Limited, Kiribati
TVZ	Televisión Zanzibar, Tanzanie
UCT	University of Cape Town, Afrique du Sud
UIB	Unidades Informativas Barriales, Colombie
UIT	Union internationale des télécommunications
UNCCD	Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification
UNCHS	Centre des Nations Unies pour les établissements humains (Habitat)
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
UNFCCC	Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l'enfance
UNIFEM	Fonds de développement des Nations Unies pour la femme
UNOPS	Bureau des Nations Unies pour les services d'appui aux projets
USA	Universal Service Agency, Afrique du Sud
USAID	United States Agency for International Development
VHF	Very High Frequency
VIH/HIV	Virus de l'immunodéficience humaine (Human Immunodeficiency Virus)
WACC	World Association of Christian Communication
WLL	Wireless Local Loop
WWF	World Wildlife Fund
WWW	World Wide Web

TABLE 1 : INDEX PAR ANNÉE

ANNÉE	NOM	LIEU
1947	**Radio Sutatenza**	Colombie
1949	**Radios minières**	Bolivie
1965	**Radio Huayacocotla**	Mexique
1969	**Radio Quillabamba**	Pérou
1975	**CESPAC**	Pérou
1978	**PRODERITH**	Mexique
1978	**Théâtre Kerigma**	Colombie
1979	**Théâtre La Fragua**	Honduras
1984	**Vidéo SEWA**	Inde
1985	**Vidéo Kayapo**	Brésil
1986	**TV Maxambomba**	Brésil
1987	**Radio Margaritas**	Mexique
1988	**Théâtre de rue Aarohan**	Népal
1989	**CESPA**	Mali
1989	**Haut-parleurs communautaires**	Philippines
1989	**Radio communautaire Kothmale**	Sri Lanka
1989	**Théâtre Trono**	Bolivie
1989	**Wan Smolbag**	Vanuatu, Iles Salomon
1990	**La Voix de la communauté**	Guatemala
1990	**Labor News Production**	Corée
1990	**Tambuli**	Philippines
1991	**Théâtre populaire**	Nigeria
1991	**Radio Izcanal**	El Salvador
1991	**Soul City**	Afrique du Sud
1992	**Action Santé**	Nigeria
1992	**EcoNews Afrique**	Régional, Afrique
1993	**Nalamdana**	Inde
1993	**Radio Zibonele**	Afrique du Sud
1993	**Télévision Serrana**	Cuba

ANNÉE	NOM	LIEU
1995	**Bush Radio**	Afrique du Sud
1995	**Radio Chaguarurco**	Équateur
1995	**Radio Gune Yi**	Sénégal
1995	**Radio Kwizera**	Tanzanie
1995	**Réseau de communication communautaire**	Kenya
1996	**Pulsar**	Régional, Amérique latine
1997	**Radio communautaire de Moutse**	Afrique du Sud
1997	**Radio Sagarmatha**	Népal
1998	**Centres de connaissance communautaire**	Inde
1998	**Grameen : Téléphone communautaire**	Bangladesh
1998	**InfoDes**	Pérou
1998	**La Tente Lilas**	Bolivie
1998	**Maneno Mengi**	Tanzanie
1998	**Nutzij**	Guatemala
1998	**Projet de moyens de communication du Chiapas**	Mexique
1998	**Radio Kiritimati**	République de Kiribati
1998	**Radios Mampita & Magneva**	Madagascar
1998	**Télécentres de Gasaleka & Mamelodi**	Afrique du Sud
1998	**Vidéos et rêves communautaires**	Égypte
1999	**Réseau de radios locales**	Indonésie
1999	**Télécentre de Nakaseke**	Ouganda

TABLE 2 : INDEX PAR PAYS

LIEU	NOM
Afrique du Sud	**Bush Radio**
Afrique du Sud	**Radio communautaire de Moutse**
Afrique du Sud	**Radio communautaire Kothmale**
Afrique du Sud	**Radio Zibonele**
Afrique du Sud	**Soul City**
Afrique du Sud	**Télécentres de Gasaleka & Mamelodi**
Bangladesh	**Grameen : Téléphone communautaire**
Bolivie	**La Tente Lilas**
Bolivie	**Radios minières**
Bolivie	**Théâtre Trono**
Brésil	**TV Maxambomba**
Brésil	**Vidéo Kayapo**
Colombie	**Radio Sutatenza**
Colombie	**Théâtre Kerigma**
Corée	**Labor News Production**
Cuba	**Télévision Serrana**
Équateur	**Radio Chaguarurco**
Égypte	**Vidéo et rêves communautaires**
El Salvador	**Radio Izcanal**
Guatemala	**La Voix de la communauté**
Guatemala	**Nutzij**
Honduras	**Théâtre La Fragua**
Inde	**Centres de connaissance communautaire**
Inde	**Nalamdana**
Inde	**Vidéo SEWA**
Indonésie	**Réseau de radios locales**
Kenya	**Réseau de communication communautaire**

LIEU	NOM
Madagascar	**Radios Mampita & Magneva**
Mali	**CESPA**
Mexique	**PRODERITH**
Mexique	**Projet de moyens de communication du Chiapas**
Mexique	**Radio Huayacocotla**
Mexique	**Radio Margaritas**
Népal	**Radio Sagarmatha**
Népal	**Théâtre de rue Aarohan**
Nigeria	**Action Santé**
Nigeria	**Théâtre populaire**
Ouganda	**Télécentre de Nakaseke**
Pérou	**CESPAC**
Pérou	**InfoDes**
Pérou	**Radio Quillabamba**
Philippines	**Haut-Parleurs communautaires**
Philippines	**Tambuli**
Régional, Afrique	**EcoNews Afrique**
Régional, Amérique latine	**Pulsar**
République de Kiribati	**Radio Kiritimati**
Sénégal	**Radio Gune Yi**
Tanzanie	**Maneno Mengi**
Tanzanie	**Radio Kwizera**
Vanuatu, Iles Salomon	**Wan Smolbag**

TABLE 3 : INDEX PAR MÉDIA

MÉDIA	NOM	LIEU
Téléphones cellulaires	Grameen : Téléphone communautaire	Bangladesh
Ordinateurs, Internet	Centres de connaissance communautaire	Inde
	InfoDes	Pérou
	Nakaseke	Ouganda
	Télécentres Gasaleka & Mamelodi	Afrique du Sud
Multimédia	La Tente Lilas	Bolivie
	Réseau de communication communautaire	Kenya
	Soul City	Afrique du Sud
Radio	Bush Radio	Afrique du Sud
	EcoNews Afrique	Regional, Afrique
	Haut-Parleurs communautaires	Philippines
	La Voix de la communauté	Guatemala
	Radio Chaguarurco	Équateur
	Radio communautaire de Moutse	Afrique du Sud
	Radio Gune Yi	Sénégal
	Radio Huayacocotla	Mexique
	Radio Izcanal	El Salvador
	Radio Kiritimati	République de Kiribati
	Radio Kwizera	Tanzanie
	Radio Mampita & Magneva	Madagascar
	Radio Margaritas	Mexique
	Radios minières	Bolivie
	Radio Quillabamba	Pérou
	Radio Sagarmatha	Népal
	Radio Sutatenza	Colombie
	Radio Zibonele	Afrique du Sud
	Réseau de radios locales	Indonesie
	Tambuli	Philippines

MÉDIA	NOM	LIEU
Radio / Internet	Pulsar	Regional, Amerique latine
	Radio communautaire Kothmale	Sri Lanka
Théâtre	Nalamdana	Inde
	Théâtre de rue Aarohan	Népal
	Théâtre Kerigma	Colombie
	Théâtre La Fragua	Honduras
	Théâtre populaire	Nigeria
	Théâtre Trono	Bolivie
	Wan Smolbag	Vanuatu, Iles Salomon
Video	Action Santé	Nigeria
	CESPA	Mali
	CESPAC	Pérou
	Labor News Production	Corée
	Maneno Mengi	Tanzanie
	Nutzij	Guatemala
	PRODERITH	Mexique
	Projet de moyens de communication au Chiapas	Mexique
	Télévision Serrana	Cuba
	TV Maxambomba	Brésil
	Vidéo et rêves communautaires	Égypte
	Vidéo Kayapo	Brésil
	Vidéo SEWA	Inde

LISTE COMPLÈTE DES RÉFÉRENCES

	NOM ET LIEU	ANNÉE	MÉDIA
1	**Radio Sutatenza**, Colombie	1947	radio
2	**Radios minières**, Bolivie	1949	radio
3	**Radio Huayacocotla**, Mexique	1965	radio
4	**Radio Quillabamba**, Pérou	1969	radio
5	**CESPAC**, Pérou	1975	vidéo
6	**PRODERITH**, Mexique	1978	vidéo
7	**Théâtre Kerigma**, Colombie	1978	théâtre
8	**Théâtre La Fragua**, Honduras	1979	théâtre
9	**Vidéo SEWA**, Inde	1984	vidéo
10	**Vidéo Kayapo**, Brésil	1985	vidéo
11	**TV Maxambomba**, Brésil	1986	vidéo
12	**Radio Margaritas**, Mexique	1987	radio
13	**Théâtre de rue Aarohan**, Népal	1988	théâtre
14	**CESPA**, Mali	1989	vidéo
15	**Haut-Parleurs communautaires**, Philippines	1989	radio
16	**Radio communautaire Kothmale**, Sri Lanka	1989	radio, Internet
17	**Théâtre Trono**, Bolivie	1989	théâtre
18	**Wan Smolbag**, Vanuatu, Iles Salomon	1989	théâtre
19	**La Voix de la communauté**, Guatemala	1990	radio
20	**Labor News Production**, Corée	1990	vidéo
21	**Tambuli**, Philippines	1990	radio
22	**Radio Izcanal**, El Salvador	1991	radio
23	**Soul City**, Afrique du Sud	1991	multimédia
24	**Théâtre populaire**, Nigeria	1991	théâtre
25	**Action Santé**, Nigeria	1992	vidéo
26	**EcoNews Afrique**, Régional, Afrique	1992	radio
27	**Nalamdana**, Inde	1993	théâtre
28	**Radio Zibonele**, Afrique du Sud	1993	radio
29	**Télévision Serrana**, Cuba	1993	vidéo

	NOM ET LIEU	ANNÉE	MÉDIA
30	**Bush Radio**, Afrique du Sud	1995	radio
31	**Radio Chaguarurco**, Équateur	1995	radio
32	**Radio Gune Yi**, Sénégal	1995	radio
33	**Radio Kwizera**, Tanzanie	1995	radio
34	**Réseau de radios communautaires**, Kenya	1995	multimédia
35	**Pulsar**, Régional, Amérique latine	1996	radio, Internet
36	**Radio communautaire de Moutse**, Afrique du Sud	1997	radio
37	**Radio Sagarmatha**, Népal	1997	radio
38	**Centres de connaissance communautaire**, Inde	1998	ordinateurs, Internet
39	**Grameen : Téléphone communautaire**, Bangladesh	1998	téléphones cellulaires
40	**InfoDes**, Pérou	1998	ordinateurs, Internet
41	**La Tente Lilas**, Bolivie	1998	multimédia
42	**Maneno Mengi**, Tanzanie	1998	vidéo
43	**Nutzij**, Guatemala	1998	vidéo
44	**Projet de moyens de communication du Chiapas**, Mexique	1998	vidéo
45	**Radio Kiritimati**, République de Kiribati	1998	radio
46	**Radio Mampita & Magneva**, Madagascar	1998	radio
47	**Télécentres de Gasaleka & Mamelodi**, Afrique du Sud	1998	ordinateurs, Internet
48	**Vidéo et rêves communautaires**, Égypte	1998	vidéo
49	**Réseau de radios locales**, Indonésie	1999	radio
50	**Télécentre Nakaseke**, Ouganda	1999	ordinateurs, Internet

REMERCIEMENTS

En plus des personnes mentionnées dans la section « Références » de chaque chapitre, qui ont fourni des informations sur les différentes expériences et ont aidé à la révision des premières moutures de certains textes, je veux mentionner ici celles qui ont appuyé cette démarche tout au long des différentes étapes de son développement.

Denise Gray-Felder, de la Fondation Rockefeller, a compris l'importance du projet de recherche et l'a appuyé avec les moyens nécessaires. Elle et son équipe, en particulier Karen McAndrew, Susan Muir et Brian Byrd, ont été les anges gardiens tout au long du processus, jusqu'à la mise sous presse de ce livre.

Cela n'a pas été une tâche aisée d'obtenir des informations sur les cinquante expériences décrites dans ce livre, en particulier celles où je n'ai pu me rendre en personne. Je remercie tous ceux qui ont contribué avec une référence, un logo ou une donnée qui faisait défaut. De même, je suis redevable à ceux qui, dans des pays d'Asie, d'Afrique et d'Amérique latine, m'ont aidé à toucher les communautés reculées où étaient enracinées nombre de ces expériences de communication participative.

En prenant le risque d'oublier un nom, je veux mentionner par ordre alphabétique : Carlos Andrade, Guy Andrianjanaka, Alonso Aznar, Delia Barcelona, Luis Fernando Bossio, Pamela Brooke, Sylvia Cadena, Manuel Calvelo, Tony Collins, Inés Cornejo Portugal, Mona Dahms, Ron Ehrke, Frank Endaya, Warren Feek, Colin Fraser, Lydda Gaviria, Bruce Girard, Grace Githaiga, Martha Lucía Gutierrez, Lars Johansson, Verena Knippel, Garrett Mehl, Bianca Miglioretto, Don Moore, Lynne Muthoni Wanyeki, Tracey Naughton, Tanya Notley, Farida Nyamachumbe, Sonia Restrepo, Don Richardson, Jose Rimon, Raúl Román, Walter Saba, Federico Salzmann, Jodi Stewart, Sally Stuart, Louie Tabing, Lucila Vargas, Aurora Velasco, Dominick de Waal et Peter Walpole.

Tout comme ce livre a été possible grâce à la collaboration des personnes mentionnées plus haut, les expériences de communication elles-mêmes, réparties en Afrique, en Asie et en Amérique latine n'existeraient pas si les communautés n'avaient pas participé activement, avec la conviction que leurs voix doivent être entendues et que leurs cultures doivent être mises en valeur.

À PROPOS DE L'AUTEUR

Alfonso Gumucio Dagron est un spécialiste en communication pour le développement, qui a travaillé en Afrique, en Asie, en Amérique latine et dans les Caraïbes.

Il a travaillé pendant sept ans à l'UNICEF au Nigeria et en Haïti, et a été consultant international pour la FAO, le PNUD, l'UNESCO et d'autres agences des Nations Unies. Il a été directeur de « Tierramérica », un projet régional du PNUD/PNUMA sur le développement durable, et conseiller en communication de Conservation International (Washington). Son travail comme consultant l'a conduit à se familiariser avec des thèmes divers : droits de l'enfant, populations indigènes, art et culture, droits de l'homme, organisation communautaire, santé et développement durable.

Sa principale expérience de terrain comprend également des pays comme le Burkina Faso, le Bangladesh, l'Éthiopie, le Nicaragua, le Costa Rica, la Colombie, le Mexique, le Guatemala et la Bolivie, son pays d'origine.

Il est l'auteur de plusieurs études sur la communication et de plusieurs recueils de poésie. Ses articles et essais ont été publiés dans plus d'une centaine de revues et journaux, principalement en Amérique latine. En tant que cinéaste, il a réalisé des documentaires sur des thèmes culturels et sociaux et présenté plusieurs expositions de photographie.

Depuis 1997, il fait partie de l'initiative « Communication pour le changement social » de la Fondation Rockefeller.